

# prod & pack

## LE MAGAZINE

TOUT S'EMBALLE, DE LA FABRICATION À L'EXPÉDITION !



### Le village du réemploi

*Faites du réemploi la pièce maîtresse de votre stratégie grâce à nos solutions !*

35



### Le showroom

*Une immersion spectaculaire dans le futur de l'emballage autour de 5 matériaux*

12

### L'unique salon industriel français intégrant toutes les solutions pour l'usine

*Produire, Emballer, Conditionner, Expédier : une offre 100% complète et inédite*

6

### L'Espace Conférences

*Pour s'inspirer et échanger avec des experts et des personnalités reconnues !*

24



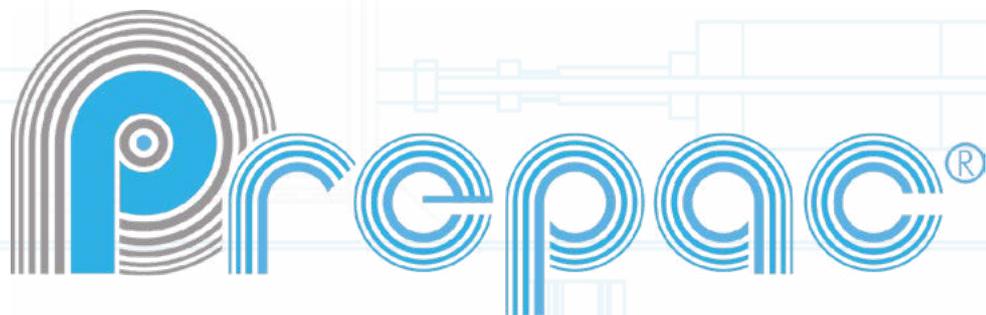
**LYON 2025**  
**18-19-20 NOV.**  
EUREXPO HALLS 6-7

TÉLÉCHARGEZ  
VOTRE BADGE  
GRATUIT ICI



#prodandpack  
prodandpack.com





FABRICANT DE MACHINES  
D'EMBALLAGES LIQUIDE ET SOLIDE



**CONTACT**  
Moriconi Franck  
06 86 31 86 01  
franck.moriconi@prepac.fr

4 Rue du Chêne  
39270 Dompierre-sur-Mont FRANCE  
www.prepac.org

**HALL 7  
STAND M40**

## Accélérer la transformation industrielle... Ensemble !



**Sébastien Gillet,**  
Directeur du salon

# Édito

Nous sommes très heureux de vous présenter cette nouvelle édition de Prod&Pack ! Cet événement s'impose avec une légitimité incontestable, dans un monde industriel en pleine mutation où se jouent les enjeux de performance et de compétitivité. En effet, les attentes se multiplient face aux défis qui se complexifient, notamment autour de l'automatisation, de la circularité ou encore de la décarbonation, sans oublier les enjeux liés aux "3R". L'emballage n'est plus un simple contenant : il devient un levier stratégique !

Pour y répondre, non seulement il est indispensable d'innover, mais il faut penser globalement, collaborer, anticiper, et surtout, agir. C'est dans cet esprit qu'est né Prod&Pack : un rendez-vous conçu par et pour les industriels, rassemblant en un seul lieu toutes les solutions qui font bouger les lignes du produit emballé.

Machines, matériaux, IA, robotique, éco-conception, réemploi, ... le salon couvre justement l'intégralité du cycle de vie d'un produit, avec un objectif clair : accélérer la transition vers une industrie plus agile, plus compétitive et plus responsable. Lyon, au cœur de la première région industrielle de France, est le terrain idéal pour cette ambition !

L'offre s'est développée pour cette 3<sup>e</sup> édition avec 450 fournisseurs de solutions en emballages, représentant 58 % de l'offre et donc 30 % en plus par rapport à 2023. Ce salon n'est pas seulement une vitrine, il est un véritable moteur de croissance et de synergie intersectorielle !

Ici, l'innovation s'exprime concrètement avec notamment plus de 100 machines en action. Le visitorat issu de tous secteurs se retrouve sur ce salon multifilière : IAA, cosmétique, pharmaceutique, e-commerce, logistique, chimie... tous unis dans une aventure commune : innover, dépasser les limites, relever ensemble les défis du marché.

Du 18 au 20 novembre, Prod&Pack convie donc tous les professionnels souhaitant conjuguer avec talent performance industrielle et développement durable, à travers une industrie agile, innovante, connectée aux réalités du terrain comme aux exigences du futur. Face à l'urgence environnementale et aux impératifs économiques, le temps n'est plus à l'attente mais à la transformation. Et cette transformation, nous la construirons ensemble... on ne lâche rien !

Merci à vous tous pour votre confiance et votre fidélité.

**À très bientôt sur  
Prod&Pack Lyon !**

# SOMMAIRE



Ce magazine vous offre un avant-goût vibrant de Prod&Pack, le rendez-vous des professionnels conjuguant innovation, performance et durabilité. Explorez une industrie en mouvement, agile et connectée aux enjeux d'aujourd'hui comme aux défis de demain!

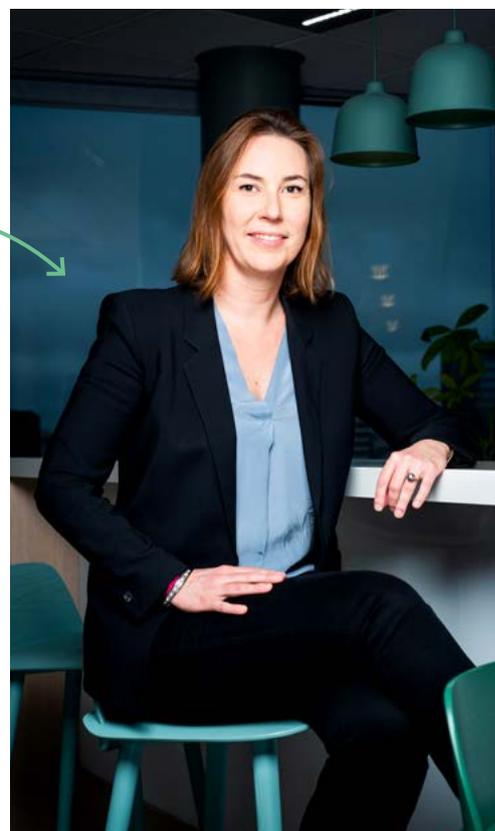
## Édito & Présentation

- 3 ÉDITO
- 6 ÉDITION 2025  
Présentation  
& grandes nouveautés



## Interviews : des acteurs engagés

- 10 **GUILLAUME LASCOURRÈGES**  
Directeur Développement  
Responsable, Groupe Clarins
- 16 **HUGO JUBLAN**  
Responsable RSE, Fevad
- 20 **CAROLINE BRUCKER**  
Directrice RSE,  
Colgate®-Palmolive®
- 22 **JESSICA WYDRA**  
Fondatrice de NOWA
- 28 **CAROLINE BORDET-LE LANN**  
Directrice RSE, Cdiscount
- 34 **CÉLIA RENNESSON**  
DG, Réseau Vrac & Réemploi
- 36 **ROMAIN BRUNET-MANQUAT**  
Chef de Marché RHF, Royans  
Maison Saint Jean
- 38 **MARIE-PIERRE GAILLARD**  
Responsable projets  
emballage, Léa Nature
- 40 **CAMILLE CRUPAUX**  
Ingénieur packaging,  
Agromousquetaires



## Espaces & Animations



- 12** **LE SHOWROOM**  
Une usine au cœur du salon
- 18** **ALLÉE DES TENDANCES DURABLES**  
Nouveautés & découvertes
- 30** **CITEO**  
Partenaire de Prod&Pack 2025 !
- 32** **FORUM DES FÉDÉRATIONS**  
La voix des filières
- 35** **LE VILLAGE RÉEMPLOI**  
Accélérateur de l'économie circulaire

## LISTE DES ANNONCEURS

ADM CONTRÔLE .....	37
AMOS INDUSTRIE .....	17
ARP .....	31
CGP COATING INNOVATION .....	19
COGIT .....	19
GUELT MECA-SYSTÈME .....	19
IMPCO TECHNOLOGIES .....	23
IXAPACK GLOBAL .....	39
JMS EMBALLAGE .....	11
MCTM EASYCLEAN FOOD .....	37
NAVITECH .....	11
PACKARTIS .....	39
PARAMELT .....	11
PREPAC France .....	2° Couverture
PRO'COUPE PRIMEDGE .....	37
ROVEMA .....	17
SEALPAC France .....	4° Couverture
SYSTEM .....	3° Couverture
WHATELSE PACKAGING .....	19

## Conférences & Masterclass

**24/27** Un programme inspirant et prometteur



## Informations pratiques

**42** ACCÈS, HORAIRES, CONTACTS



# Prod&Pack 2025

**Au cœur de la 1<sup>re</sup> région industrielle française, une expérience unique dédiée au produit emballé**

**Au croisement de l'innovation, des enjeux environnementaux et des attentes marché**

Où découvrir les tendances qui vont bousculer l'industrie, voir des machines et technologies de pointe qui transforment les lignes de production et d'emballages ? Comment mieux concilier performance industrielle et impact environnemental ? Parce que le monde de l'emballage évolue très vite, Prod&Pack est le meilleur endroit pour rencontrer de façon efficace des contacts porteurs, mais aussi s'inspirer, performer... et imaginer ensemble une usine plus agile et durable !

En plein cœur de la première région industrielle de France c'est le seul événement qui réunit en un lieu l'écosystème du produit emballé et tout ce qui fait battre le cœur de l'industrie : production, process, recyclage, matériaux, robotique... Un rendez-vous pensé par et pour les industriels, afin de toujours mieux répondre aux défis d'aujourd'hui et inventer les solutions de demain.



**Une offre inédite pour produire, emballer, conditionner et expédier !**

"Prod&Pack" un nom qui peut évoquer le packaging et pourtant... cet événement unique en France présente, à destination de toutes les filières, un panorama de solutions complètes pour l'usine englobant toutes les étapes de la production jusqu'à l'expédition ! Ainsi, ce salon professionnel propose, durant trois jours, une offre de solutions concrètes et transversales répondant aux défis écologiques, sociétaux et économiques de l'industrie.



C'est une formidable plateforme d'échange entre tous les acteurs du cycle de vie du produit emballé mais aussi un espace de veille stratégique, avec des démonstrations immersives, des contenus exclusifs et une mise en lumière des tendances émergentes.

**Des espaces immersifs et des animations pour voir, tester, comprendre**

Assises Nationales du Réemploi, Innovations, Showroom, Conférences... Parce qu'un bon salon, c'est aussi une expérience, Prod&Pack propose des animations ludiques, intelligentes et ultra-connectées !



# L'historique

2011

## EUROPACK-EUROMANUT-CFIA : Création d'une Joint Venture entre GL events et Comexposium

La synergie de deux événements phares Europack Euromanut Lyon et le CFIA Rennes reflète les évolutions des secteurs et présente un ensemble d'expertises sans équivalent dans l'univers industriel.

2017

## Extension à 9 000 m<sup>2</sup>

L'offre exposante se développe : elle s'adresse aux décideurs issus de toutes les filières, aux utilisateurs désireux d'améliorer leur production et développer leur industrie, aux porteurs de projets à la recherche de solutions et d'innovations, en proposant un concept unique en son genre.

2021

## Intégré à GL events, le salon devient Prod&Pack

L'objectif : mieux répondre aux enjeux actuels de l'industrie du produit emballé, en intégrant des thématiques telles que le recyclage, la réutilisation, la logistique... avec 400 exposants et près de 4 000 visiteurs, l'événement met l'accent sur l'innovation et la transition éco-responsable dans le secteur de l'emballage.

2023

## Une 2<sup>e</sup> édition avec une croissance notable

Avec 600 exposants et 15 872 visiteurs, le salon propose des animations thématiques pour sensibiliser aux pratiques durables, notamment la "Re-use Packaging Line" et le "village Réemploi" avec des partenaires clés et experts reconnus de l'industrie et de l'emballage.

2025

## Une nouvelle étape avec un hall supplémentaire, portant la surface à 12 500 m<sup>2</sup>

Parallèlement aux animations et nouveautés durant trois jours, le salon s'agrandit avec une offre renforcée, en mettant l'accent sur les solutions industrielles couvrant l'ensemble de la chaîne de valeur, de la production à la gestion de fin de vie des emballages.

Retrouvez toutes  
les informations  
du salon sur le site  
[prodandpack.com](http://prodandpack.com) !



## 1 HALL SUPPLÉMENTAIRE !

## 750 exposants dont + de 200 nouveaux fournisseurs

## 15 872 VISITEURS qualifiés en 2023

## Plus de 80 % de décideurs présents issus de toutes filières : IAA, Hygiène, Cosmétique, Pharmaceutique, E-commerce, GMS, Plasturgie, etc.

## 4 NOUVEAUX SECTEURS!

- Machines et Équipements d'emballages et de conditionnements
- Emballages, Contenants et Matériaux
- Machines et Équipements de production et de transformation
- Fin de ligne, Manutention, Stockage, Expédition et Logistique



## Visiteurs et Exposants des objectifs communs

Imaginez une ruche industrielle en Auvergne-Rhône-Alpes, région aux mille savoir-faire emblématique de l'industrie, carrefour stratégique entre les grandes villes européennes. C'est là-bas, près des usines, au cœur d'un territoire vibrant, que Prod&Pack s'érige comme une plateforme où se distingue une offre que l'on ne voit nulle part ailleurs, que se nouent les alliances, se cultivent les idées, se découvrent des innovations, se signent les projets.

## PRÉSENTATION DU SALON

# L'unique salon industriel français intégrant toutes les solutions pour l'usine, de la fabrication à l'expédition

### Un constat et une nouvelle structuration de l'offre

Suite à la précédente édition, nous avons recueilli les avis de nos visiteurs et exposants. Un constat clair s'est fait jour : des attentes dans l'ensemble plus que satisfaites ! Cependant pour Prod&Pack, il y a toujours cette volonté de faire mieux. Nous avons alors prêté l'oreille pour avoir le ressenti des exposants comme des

visiteurs, leurs idées, leurs besoins : chaque mot a façonné notre réflexion ! Durant deux ans, Prod&Pack a développé alors de nombreux échanges avec ces acteurs, pour, dans une démarche d'amélioration continue, toujours mieux répondre aux attentes de chacun.

### Un salon repensé par et pour les industriels !

Après une édition 2023 réussie qui affichait 30% de croissance, comment la faire évoluer ? Au vu de la taille du salon et des mutations du secteur, Prod&Pack se devait d'évoluer encore avec une offre élargie et des secteurs bien identifiés. Ainsi, ces deux années ont été ponctuées de fréquentes consultations avec des industriels et des institutions. L'édition 2025 s'annonce prometteuse avec une refonte du salon pour une meilleure clarté de l'offre, plus étoffée, plus structurée et complète, avec la possibilité pour l'industriel d'optimiser son temps de visite sur une journée

bien remplie ! Cela se traduit par 4 nouveaux secteurs et un hall supplémentaire. Viennent s'ajouter la pertinence de grands thèmes abordés à travers des conférences, des animations riches en démonstrations concrètes et des espaces immersifs... Bref, cet événement en novembre 2025 n'est pas seulement une date sur le calendrier. C'est l'aboutissement de deux années de dialogues ininterrompus avec les parties prenantes. Visiteurs, exposants, vos voix ont été entendues et 2025 sera l'occasion de vivre un salon tel que vous l'avez imaginé

## Résultat ? 4 nouveaux secteurs répartis sur 2 halls !

### J'EXPÉDIE

20%

Fin de ligne, manutention, stockage, expédition et logistique

### J'EMBALLE

32%

Emballages, contenants et matériaux

### JE PRODUIS

22%

Machines et équipements de production et de transformation

26%

Machines et équipements d'emballages et de conditionnements

### JE CONDITIONNE

**Le salon est une véritable plateforme d'action !** CITEO, Réseau Vrac & Réemploi et les grandes fédérations de l'emballage (verre, métal, bois, papier/carton, plastique...) seront là. Avec une offre unique, l'objectif de Prod&Pack est d'accompagner les entreprises dans leur transition et leurs bonnes

pratiques, apporter un éclairage sur les évolutions réglementaires (loi AGEC, PPWR...). C'est une opportunité rare de dialoguer avec des experts, débattre des sujets de filière, et repartir non seulement avec des solutions concrètes, mais aussi de l'inspiration et une vision claire des défis à venir !

À noter : la synergie de Prod&Pack avec le salon Solutrans, qui rassemble les professionnels du transport routier et urbain avec 1 100 exposants et marques, à partir du 18 novembre

**SOLUTRANS**

18 - 22 NOV 2025 LYON · EUREXPO

**CARREFOUR MONDIAL**  
DU VEHICULE INDUSTRIEL ET URBAIN

**L'évènement  
agroalimentaire  
qui a la pêche !**

**2 000**  
exposants

**1 invité  
surprise**  
Restez connectés !

**NOUVEAU**

**Atelier  
Emballage  
Hall 1**

**NOUVEAU**

**Labo  
du CFIA  
RDV Hall 12**

**Village IA**

L'innovation fait  
son come back

INGRÉDIENTS & PAI | ÉQUIPEMENTS & PROCÉDÉS  
EMBALLAGES & CONDITIONNEMENTS | SÉCURITÉ DES ALIMENTS

## INTERVIEW

### Enjeux de l'emballage : "Un vaste chantier pour notre chaîne de valeur qui doit se réinventer"

**Pourriez-vous brièvement me présenter votre entreprise et votre rôle au sein de celle-ci ?**

Le Groupe Clarins est une entreprise familiale française, fondée en 1954, spécialisée dans le soin de la peau et le maquillage avec les marques Clarins et my Blend. Notre signature est de proposer des produits efficaces, sûrs et respectueux de l'environnement. Cet héritage cultivé au quotidien a été récompensé en début d'année par l'obtention du label B Corp, une des approches parmi les plus exigeantes surtout à l'échelle d'une grande entreprise comme la nôtre. À mon poste de directeur Développement Responsable, j'ai pour mission de piloter notre stratégie développement durable avec sa toute nouvelle déclinaison qui nous engage à rendre encore plus tangible l'impact positif de notre entreprise sur la société et la planète.

**Quels sont aujourd'hui les grands défis et enjeux RSE, notamment en emballage ?**

Le secteur de la cosmétique est bien occupé avec les montagnes de la traçabilité, l'écoconception des formules et des packs ou encore la décarbonation de sa chaîne de valeur. Bien sûr la gestion des emballages est critique. La loi Agec, et elle n'est plus la seule, a sonné la fin de partie où les usages et la fin de vie d'un produit étaient le problème du consommateur et de la collectivité.

C'est un vaste chantier pour notre chaîne de valeur qui doit se réinventer et parfois même renoncer à des options longtemps exploitées.

La réponse du Groupe Clarins c'est une variation en plusieurs réponses. La marque myBlend a fait le choix de la recyclabilité maximum et le recours au plastique à son strict minimum quand la marque Clarins a restreint son usage des polymères uniquement à ceux qui sont gérés à l'échelle aussi bien tri que recyclage. La recharge est un axe majeur puisque nous avons l'objectif ambitieux pour 2030 de réaliser 25 % de nos ventes avec des solutions de recharge.

**Quelle innovation rêveriez-vous de créer (ou voir créée) pour votre secteur ?**

Je suis un peu iconoclaste en considérant que l'on ne doit pas être inventif sur les matériaux ou tout du moins créer de nouvelles matières.

Celles-ci si elles sont mises sur le marché doivent répondre à la double exigence d'être compatible avec le produit et être correctement identifiée et gérée en fin de vie. Pour notre secteur l'exemple d'une matière compostable avec des formules notamment à base d'eau c'est un mariage raté.

GROUPE  
**CLARINS**

**N°1** du soin Prestige en Europe

**28** filiales, présence dans 150 pays

**8 000** collaborateurs

**2Md €** de CA

[groupeclarins.com](http://groupeclarins.com)



Et pour compléter la matière compostable est-elle bien monomatériau? Est-ce que le consommateur dispose d'une filière facile d'accès? Un seul non invalide la solution. Si je devais choisir une voie c'est celle de l'optimisation en augmentant les capacités d'un polymère qui peut varier en propriétés ou bien apporter des fonctions barrière à la cellulose.

L'innovation la plus forte serait d'offrir des moyens décuplés de bien récupérer les matières, nos taux de valorisation sont faméliques et stagnant.

À quand un marquage invisible sur tous les emballages pour faciliter la détection ?

**Que pensez-vous de la tenue d'un salon professionnel tel que Prod&Pack à Lyon ?**

Dans une période où l'innovation packaging doit être à la fois plus rapide, durable et conforme à des réglementations en évolution constante, des événements comme Prod&Pack sont des espaces concrets d'échanges, d'inspiration et de co-construction. Les entreprises sont installées dans toutes les régions, le faire dans la capitale des Gaules c'est se rapprocher des entreprises qui innovent.

**Guillaume  
Lascourrèges**

Directeur Développement  
Responsable, Groupe Clarins





## L'emballage, sans intermédiaire, sans cumul de marge

Films étirables & pré-étirés  
Housses, Gains, Coiffes, Films et Sacherie PE  
Rubans adhésifs, neutres & imprimés  
Feuillards PP & PET

HALL 7  
Stand M2



05 62 65 72 29



contact@jms-emballage.fr

http://jms-emballage.fr

### emballages durables

#### Enductions pour emballages

- Paraflex Nowax™ - biodégradable
- Aquaseal™ - Adapté au recyclage

#### Colles thermofusibles

- emballages fin de ligne
- fermeture de caisses, cartons et étuis

#### Colles d'étiquetage

- bouteilles en verre et en plastique
- colles base aqueuse et thermofusibles

Rendez-nous visite au salon **Prod & Pack 2025**  
à **Lyon, hall 7, stand N44** et découvrez nos produits

○ waxes adhesives coatings  
[www.paramelt.com](http://www.paramelt.com)

**paramelt**  
experience. performance.

Retrouvez-nous  
dans le Hall 6  
Stand A78

## Ensemble, décarbonons vos process thermiques

Grâce à nos ingénieurs spécialisés et à la feuille de route Navitech, décarboner vos process industriels devient simple.

Conseil, conception, gestion et execution de projet clé en main, Navitech vous accompagne de A à Z.

**navitech**®

WESTERN EUROPE

Chemin d'Entre-Bois 29  
1018 Lausanne, Switzerland

samuel.charmillot@navitech.se  
[www.navitech.se](http://www.navitech.se)

# PRODUCTION PERFORMANTE, PLANETE GAGNANTE

## Des solutions pour une usine du produit emballé plus responsable

**5 mini usines**  
en fonctionnement sur  
**750 m<sup>2</sup>**

**UN SHOWROOM POUR RÉPONDRE AUX ENJEUX INDUSTRIELS ET ENVIRONNEMENTAUX**

### Des machines en fonctionnement au cœur du salon

Le salon va connecter les acteurs clés des industries des process et de l'emballage. Animation phare du plus grand salon de l'usine du produit emballé, le showroom accueille des machines au top de la technologie et des robots, cobots et outils de tracking en fonctionnement. Les visiteurs peuvent y découvrir des solutions novatrices mises au diapason dans cet espace de démonstration. Ces nouvelles technologies répondent autant aux attentes de performance industrielle qu'aux exigences de réduction, de réemploi et de recyclabilité des emballages. Plus que jamais, l'industrie des produits emballés doit relever des défis complexes. Face à une concurrence internationale exacerbée, la course à la compétitivité ne faiblit pas et vient renforcer les enjeux de performance industrielle.

Dans le même temps, le cadre réglementaire européen à travers le règlement PPWR

(Packaging and Packaging Waste Regulation) fixe un cap ambitieux en matière de réduction, de réemploi, et de recyclabilité des emballages.

### Le concept d'une usine plus verte

Pour répondre aux attentes concrètes des industriels et leur donner les clés pour concilier cette double exigence, Prod&Pack 2025 crée l'événement et met à l'honneur sur le showroom une véritable usine des produits emballés au cœur du salon. Sur un espace de 700 m<sup>2</sup>, l'animation phare du salon va réunir de nombreuses machines en fonctionnement, du conditionnement jusqu'à la préparation de commandes. En rassemblant la quintessence des process novateurs, le showroom répondra à la diversité des enjeux industriels : diminution des temps de changement de format, pilotage digitalisé, performance énergétique, stockage dynamique, réemploi, recyclabilité, robotique mobile, cobotique...

Véritable usine du produit emballé, polyvalente et performante, le showroom va

mettre en lumière les dernières technologies en matière de remplissage avec des démonstrations en conditions réelles. À l'image de la diversité des secteurs industriels concernés par les solutions présentées sur Prod&Pack 2025, différents produits seront conditionnés sur le showroom, des savons au café en passant par des cookies.

### 5 ateliers pour 5 matériaux

La diversité des applications et des exigences implique une pluralité de matériaux d'emballage. C'est pourquoi le showroom mettra à l'honneur cinq ateliers (plastique, métal, verre, bois, papier/carton) comme autant d'ateliers au sein de l'usine du produit emballé de Prod&Pack 2025.

**ATELIER PLASTIQUE**

**ATELIER VERRE**

**ATELIER MÉTAL**

**ATELIER BOIS**

**ATELIER PAPIER/CARTON**

# LE SHOWROOM

## Plus d'une quinzaine de technologies en fonctionnement

Animation phare de Prod&Pack, le Showroom va être le terrain de jeu de solutions novatrices mises au diapason dans cet espace de démonstration ! Exemples...

### Une usine pilotée et automatisée

#### › Rendre la robotique accessible à tous

Une collaboration homme-robot vertueuse va être mise en œuvre grâce au ROC-E de Rob'Occ, présenté sous la forme d'un chariot autonome en interaction avec les différents îlots production.

#### › Digitaliser les process pour gagner en efficience

Adapter l'ordonnancement des opérations de production aux contraintes et aléas. Capter en temps réel des informations sur la ligne pour actionner les leviers de l'amélioration continue. Améliorer les performances en termes de productivité et de consommation énergétique. Trois enjeux clefs auxquels les solutions digitales de Vif Software mises en œuvre sur le showroom vont répondre.

#### › Se convertir au réemploi sans perdre en productivité

Pandobac va intégrer sa solution réemployable dans les process automatisés du showroom. Les produits conditionnés sur les cinq ateliers de production sont transportés dans des caisses réutilisables en polypropylène.

### Cap sur la flexibilité et la recyclabilité

Comment s'adapter à un nombre croissant de formats d'emballage tout en préservant sa performance industrielle ? Pour y répondre IMA implante "IMA Ilapak VegaTronic 6 000 DZ" sa nouvelle ensacheuse verticale continue VFFS (Vertical form fill sealing machine). Quant au sachet, fourni par CGP Coating, il sera lui aussi en PP. L'ensemble du packaging sera donc en mono-PP, un atout en termes de recyclabilité.

### Agilité, sobriété énergétique et "3R": le triptyque d'une usine responsable

#### › Îlot #1 : Une capacité de production doublée et un emballage avec moins de plastique

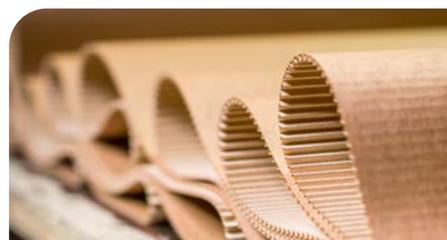
Répondre aux exigences 3R (réduction, réemploi, recyclage) impose aux industriels de proposer une plus grande diversité d'emballages dans leurs gammes. Acteur engagé des solutions éco-responsables, Mecapack met en œuvre l'operculeuse O<sup>2</sup> 2500 qui constitue une véritable avancée pour répondre à cette mutation du marché. Elle permet également une capacité de production doublée et un changement de format d'emballage très rapide.

#### › Îlot #2 : Conditionner avec moins de plastique

La technologie automatisée Neptune va conditionner des cookies dans les sachets VisioDune, nouvel emballage éco-responsable fruit d'une technologie unique alliant design attractif et réduction du plastique. L'étiquetage des sachets sera effectué par un système Novexx, preuve de la capacité d'adaptation de la machine aux lignes déjà dotées de leur propre système d'étiquetage.

#### › Îlot #3 : Des emballage papier plus vertueux

BFR Systems met en œuvre une technologie d'ensachage horizontal pour conditionner des savons. CGP Coating intervient avec sa nouvelle solution de papier thermoscellant sur l'îlot. La solution est adaptée à l'emballage en sachets flowpacks de savons...



### Optimisation et gains de production: le nouveau paradigme industriel

#### › Îlot #1 : Des conserves dotées de QR Code

Massily va mettre en œuvre une technologie dédiée aux conserves, se distinguant par sa compacité. Novexx assure le marquage jet d'encre de la conserve par un QR Code, réalisée sur le métal, en couleur bleue et en temps réel. Capable de fournir une véritable carte d'identité numérique pour chaque produit, le QR Code augmenté de GS1 va remplacer progressivement l'EAN-13 pour le passage en caisse à horizon 2027...

#### › Îlot #2 : Des bacs inox réemployables operculés

Rescaset va intégrer ses nouveaux outils de scellage pour ses machines, ainsi qu'un tout nouveau film de scellage spécifique, adaptés à l'operculation des contenants inox. En sortie d'operculation, l'étiqueteuse print & apply de Novexx va imprimer une étiquette à fond neutre avec des informations personnalisées à travers un QR Code et l'appliquer sans besoin d'air comprimé...



# PLAN DU SHOWROOM - Retrouvez plus de détails sur [www.prodandpack.com](http://www.prodandpack.com)

## ATELIER PAPIER/CARTON

## ATELIER VERRE

## ATELIER MÉTAL

## ATELIER PLASTIQUE

## ATELIER BOIS

## OPTIMISATION INDUSTRIELLE

### BFR SYSTEMS

Recyclabilité de l'emballage /  
Process susceptible d'imprimer  
et enduire-emballer en  
même temps, optimisation  
des consommations  
énergétiques



Packaging process

- › Emballage éco-responsable
- › Gain de productivité

Massilly SERVICES

- › Compacité
- › Gain de place en atelier

Massilly SERVICES

- › Compacité
- › Gain de place en atelier

RESCASET  
BY GUILLEN

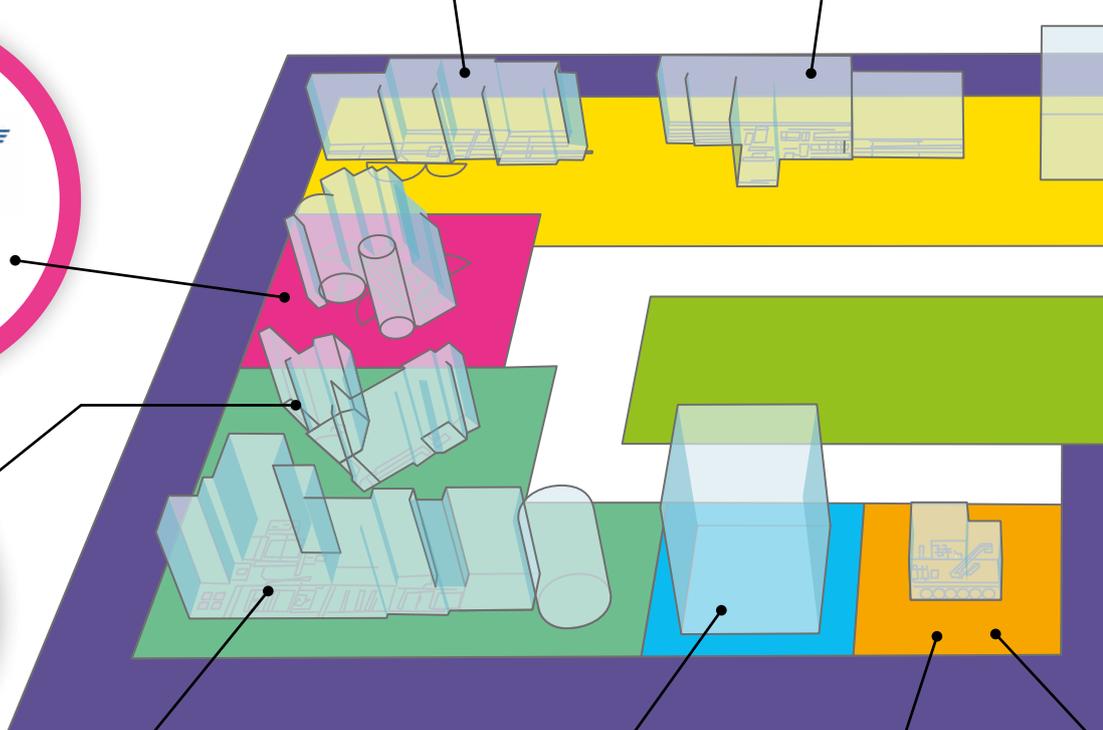
- › Operculage de contenants inox réutilisables

IMA ILPAK

- › Sachet intégrant 70% de matière recyclée
- › Facilité de recyclage grâce au mono matériau

PicPac Systems

- › Chargement en vrac par robot collaboratif



**HALL 7**

Intéressé ?  
Prenez votre badge !



› Gain de productivité

› Compacité - gain de place en usine

› Contrôle conformité  
› Vidéo tracking

› Chargement robotisé de stockage dynamique et palettisation hétérogène

› Caisses réemployables

› Supervision d'atelier  
› Gain de productivité

› Usage du bois

› Robot autonome appelé en fin de ligne par un bouton d'appel

**Ils participent aussi :**



## INTERVIEW

# “L’apport de l’IA générative est indéniable et devient un levier stratégique pour les e-commerçants”

Quel est votre rôle au sein de la FEVAD ?

Mon rôle est de fédérer et d’accompagner nos adhérents face aux enjeux de la transition écologique et du développement durable, les informer sur les dernières évolutions réglementaires, partager et diffuser les bonnes pratiques, ainsi que connaître leurs attentes et enjeux. Notre mission est aussi d’alerter les pouvoirs publics, (ministères, opérateurs de l’État...), sur les difficultés d’interprétation et opérationnelles rencontrées par nos adhérents dans la mise en œuvre de la réglementation. Nous jouons un rôle de facilitateur, notamment à travers deux commissions permanentes, l’une étant dédiée à la RSE et présidée par Marie Guillemot, Directrice de la stratégie Développement du-

table de La Redoute. Grégory Chekroun, Directeur des opérations et de la logistique au sein du groupe Fnac Darty, préside l’autre commission dédiée spécifiquement à la logistique. Ces instances permettent d’assurer ainsi le suivi et mener les travaux réguliers par rapport à ces deux enjeux forts, en réunissant les décideurs et les responsables issus des entreprises adhérentes. Leurs expertises nous permettent d’avoir une connaissance fine et précise des problématiques du terrain. Ces démarches présentent l’intérêt de collaborer étroitement avec les pouvoirs publics, mais aussi d’être consultés sur les différents projets de texte applicables au secteur de l’e-commerce.

## Hugo Jublan

Responsable RSE, paiement et logistique à la FEVAD, Fédération du e-commerce et de la vente à distance



www.fevad.com

## fédération e-commerce et vente à distance

### Fevad, c’est plus de 800 entreprises adhérentes

Des pure players  
(par ex Cdiscount, Amazon,...)

Des retailers et des marques e-commerce disposant de points de vente physiques, à l’image de Fnac Darty. De nombreux magasins présents sur l’ensemble du territoire développent également une activité en ligne

Des start-ups, des fournisseurs de solutions, etc.

### La charte d’engagements pour un e-commerce responsable

#### Les signataires

**E-commerce** (Cdiscount, Rakuten, Amazon, ...)

**Grande distribution** (Carrefour, E. Leclerc...)

**Spécialistes** complétant l’offre physique (La Redoute, Fnac Darty, Boulanger, Leroy Merlin...)

#### 11 piliers

Parmi les engagements :

- **Lutte** contre le suremballage
- **Réduction** du taux de vide à 40%
- **Emballages 100 % recyclables** et composés à 75 % de matières recyclées
- **Expérimentation** du réemploi des emballages
- **Mise en avant** d’une offre significative de produits “made in France” ou “Europe”, mais aussi d’occasion ou reconditionnés.
- **Mention** aux clients de l’impact des différents modes de livraison...

#### La RSE

Une des trois 1<sup>es</sup> priorités d’investissement du secteur, avec, en tête : la **décarbonation (46 %)**, la collaboration avec des fournisseurs respectueux de **l’environnement (31 %)** et la réduction des **emballages jetables (30 %)**.

## Avez-vous quelques exemples d'actions menées en lien avec la démarche RSE ?

En mars dernier, nous avons signé la Charte d'engagements pour la réduction de l'impact environnemental du commerce en ligne, aux côtés d'Agnès Pannier-Runacher, Ministre de la Transition écologique, de la Biodiversité, de la Forêt, de la Mer et de la Pêche, ainsi que Véronique Louwagie, Ministre déléguée chargée du Commerce, de l'Artisanat, des PME et de l'Économie sociale et solidaire, et de 33 entreprises. La charte repose sur 11 engagements concrets et structurants. Lancée en 2021, celle-ci a été reconduite en 2025, preuve de l'implication forte du secteur de l'e-commerce pour réduire son impact environnemental. Notre ambition est de fédérer un maximum d'acteurs autour de ces engagements, qui couvrent des enjeux clés (l'information du

consommateur, les retours produits, les emballages ou encore les entrepôts et les livraisons). Contrairement à une simple déclaration d'intention, cette charte s'accompagne d'indicateurs concrets, à l'exemple d'une problématique significative, le taux de vide dans les colis, dont l'objectif est de le réduire de 40 % en moyenne. La Fevad, en concertation avec les administrations concernées (Commissariat général au développement durable et Direction générale des entreprises) et les entreprises signataires, travaille à élaborer un reporting précis et partagé afin de dresser le bilan en début

d'année 2026. Ce travail s'inscrit dans une dynamique d'amélioration continue. Les entreprises de l'e-commerce nous sollicitent régulièrement pour rejoindre cette démarche ; elles sont aujourd'hui pleinement engagées sur les enjeux de transition écologique et souhaitent ainsi s'inscrire dans ce nouveau cadre volontaire.

## Quel est l'apport de l'IA dans l'univers de l'e-commerce ?

L'apport de l'IA générative est indéniable : elle devient un levier stratégique pour les e-commerçants. D'après notre baromètre, elle arrive en première position parmi les innovations les plus prometteuses, puis viennent les "facilités de paiement", comme le Buy Now, Pay Later (BNPL), et le live shopping. Elle est aujourd'hui perçue comme la technologie ayant le plus fort potentiel pour transformer le secteur dans les trois prochaines années, tant à l'échelon français qu'au niveau européen.

En France, 82 % des e-commerçants (79 % en Europe) utilisent déjà des solutions basées sur l'IA générative et constatent un impact positif, notamment sur la relation client et les stratégies marketing mais aussi en matière de RSE et de e-logistique.



## Le salon Prod&Pack

**“Rassembler, en un même lieu, l'ensemble des professionnels autour des grands enjeux industriels comme la RSE, permet de favoriser l'échange de bonnes pratiques et de stimuler l'innovation”**

**AMOS**  
INDUSTRIE

**SPEIDEL**

CUVE TYPE ST-T



Hall 6  
Stand A46

Stockage & transport alimentaire haute performance

- ✓ 1000 L – Acier inox AISI 304
- ✓ Double paroi "nid d'abeille" pour régulation thermique
- ✓ Châssis robuste préhensible 4 côtés
- ✓ Finition intérieure miroir – Nettoyage facilité (-50 % d'eau)
- ✓ Gerbable jusqu'à 3 niveaux
- ✓ Fabriquée en Allemagne – Garantie 25 ans

www.amos-industrie.com - BP50105 - 21200 BEAUNE - 03.80.22.91.65

ROVEMA

VOTRE PARTENAIRE  
POUR LE CONDITIONNEMENT  
PRIMAIRE ET SECONDAIRE

Profitez de:

- Solutions d'emballage performantes et durables, proposées par un seul fournisseur
- Machines d'emballage sur mesure ou lignes entièrement automatisées
- Notre expertise en matériaux d'emballage et notre accompagnement 360° tout au long du cycle de vie de vos équipements

Retrouvez-nous

Hall 7  
Stand M27





# LES TENDANCES DURABLES DE L'EMBALLAGE

Des solutions qui font sens, proposées par les exposants de Prod&Pack



## 5 grandes tendances durables

Dès l'entrée du salon, Hall 6, le ton est donné : cinq grandes tendances à découvrir à travers une sélection d'exposants Prod&Pack, du designer Fabrice Peltier. Cet expert a passé les emballages au peigne fin, tout au long de leur cycle de vie, pour en révéler les forces... et les failles. Résultat : des tendances durables, parfois opposées, souvent complémentaires, toujours en mouvement. De vraies pépites à explorer dès les premiers pas dans le salon!

### Attractivité

L'emballage est l'apparence physique du produit et son premier porte-parole. Par sa forme, sa couleur, sa texture et surtout son décor graphique, il attire l'attention, informe et séduit le consommateur. En série limitée ou événementielle, il peut même devenir un objet de collection, voire une véritable œuvre d'art.

### Praticité

L'emballage doit être pratique et simple à utiliser. Le consommateur attend une ouverture facile, une bonne préhension et une fermeture efficace, surtout pour les produits du quotidien. Sa forme et sa contenance peuvent être adaptées à l'âge ou à la morphologie de l'utilisateur. Un petit plus peut aussi faire la différence pour en faciliter l'usage.

### Recyclable/Recyclé

D'ici 2030, les emballages non recyclables seront bannis du marché européen, le recyclage devient donc essentiel. Cependant, selon leur conception, les emballages seront plus ou moins recyclables, avec un impact sur leur image et leur coût. Plus ils approcheront les 100 %, mieux ce sera car un autre point clé est visé par les textes de loi : accroître leur "circularité". Les textes visent à intégrer plus de matière recyclée, pour certains types d'emballages, en plastique notamment. Le recyclé recyclable, "bottle to bottle" par exemple, est une formule d'avenir.

### Réemploi

L'emballage réemployable est un levier clé pour réduire déchets, émissions de CO<sub>2</sub> et préservation des ressources naturelles de notre planète. Du rechargement à domicile ou en magasin aux solutions industrielles, le réemploi donne plusieurs vies à l'emballage. La

réglementation fixe déjà des objectifs ambitieux à court terme pour encourager ces pratiques et remplacer l'usage unique.

### Anti-gaspillage

L'emballage est avant toute autre chose conçu pour préserver ce qu'il contient. En cela il est une véritable armure anti-gaspillage. Cependant, il peut être aussi responsable de pertes lorsqu'il ne délivre pas l'intégralité de son contenu. Selon la nature du couple contenant/contenu, ce n'est pas moins de 4 à 5 %, voire plus de produits inutilisés. L'amélioration du taux de restitution est alors primordiale, tout comme le dosage, en particulier pour les produits liquides, visqueux et en poudre. Munir les emballages de dispositifs spéciaux pour limiter le surdosage permet de limiter considérablement le gaspillage.

**Exprimez une vision d'entreprise :  
L'emballage n'est pas qu'un contenant**



**WHAT ELSE  
Packaging**  
www.whatelsepackaging.fr

Hall 7  
Stand N45

**PACKO SMART**

EMBALLAGE AUTOSCELLANT  
ECO-RESPONSABLE



PROTÉGER    EMBALLER    EXPÉDIER

**LA SOLUTION  
SANS PLASTIQUE**



**CGP**  
COATING INNOVATION

HALL 7 - STAND O44

**GUELT** | **MECA SYSTEME**

CONCEPTEURS | CONSTRUCTEURS | INTÉGRATEURS

**CONCEVONS ENSEMBLE  
VOS LIGNES D'EMBALLAGE**



OPERCULAGE THERMOFORMAGE    ÉTUVAGE / WRAP CARTON COMPACT    FORMAGE DE CAISSES CARTON    ENCAISSAGE    PALETTISATION

**prod pack**    LYON 2025  
18.19.20 NOV.  
EUREXPO HALLS 6-7

**STAND HALL 6 - F51**

WWW.GUELT.COM | WWW.MECA-SYSTEME.COM

**COGIT**

Rendre durable votre Supply Chain grâce aux emballages réutilisables



Solutions de location et de pooling    Traçabilité    Conception et production

Entretien et lavage    Gestion de la seconde vie

PARTENARIATS ET ADHÉSIONS

Réseau Vrac & Réemploi    Institut du COMMERCE PARTAGE & PRODUCTIVE    GALIA    GS1 France

**Retrouvez-nous  
Hall 6 - 6F98  
Village du Réemploi**

22D Avenue de Lautagne  
26000 VALENCE  
+33 4 87 96 05 21

[www.cogit-lgc.fr](http://www.cogit-lgc.fr)  
Une société du Groupe Alizon

## INTERVIEW

# “L'éco-conception est intégrée dans le développement de nos produits...”

**Pourriez-vous brièvement me présenter votre entreprise et votre rôle au sein de Colgate®-Palmolive® France-Benelux ?**

Colgate®-Palmolive® est une entreprise américaine présente dans près de 200 pays et territoires dans le monde. Vous utilisez très probablement au moins 1 des 10 marques du groupe, puisque nous avons des positions fortes : en hygiène bucco-dentaire avec Colgate®, Elmex®, Meridol®, en soin du corps Sanex®, Tahiti®, Palmolive®, et en entretien de la maison avec Soupline®, Ajax®, Paic® ou Lacroix®

En tant que Directrice RSE, pour la France et le Benelux, j'accompagne la bonne exécution de la vision du Groupe dans ces filiales. Colgate®-Palmolive® est une entreprise en croissance, innovante et bienveillante qui imagine un avenir différent, plus sain pour les personnes, leurs animaux et notre planète.

**Quels sont vos grands axes de développements RSE ?**

Nous sommes fiers que la marque Colgate® soit présente dans plus de foyers dans le monde que quiconque\*. Nous pouvons, et nous agissons donc pour créer un futur plus sain et plus durable

pour tous. Cette mission, que nous avons depuis plus de vingt ans, s'articule autour de trois piliers et onze actions : Préserver notre environnement, au travers d'initiatives sur la réduction de la consommation d'eau, d'énergie et les déchets et la réduction carbone de nos opérations.

\*(Source : Kantar Brand Footprint Report 2023, Pénétration Colgate 55,9 %)

Générer un impact social, à la fois pour nos collaborateurs mais aussi pour les communautés que nous servons. Ainsi notre programme de sensibilisation à l'hygiène bucco-dentaire auprès des enfants a permis de sensibiliser près de 1,7 milliard d'enfants depuis 1991. Nous déployons aussi des programmes tels que la Mission Handicaps et

le Colgate® Women Network notamment pour renforcer l'inclusion dans notre filiale française. Soutenir des millions de foyers au travers des produits que nous proposons : l'éco conception est intégrée dans le développement de nos produits en complément de l'efficacité et de la sécurité de nos formules.

**Et en matière d'emballage ?**

Concernant les emballages, nous avons des objectifs ambitieux mais réalistes. De par la nature même de nos produits, ces actions sont principalement concentrées sur les emballages en plastique. Nous avons ainsi pour objectifs d'ici fin 2025 : 100 % des emballages recyclables, réutilisables ou compostables.



## Caroline Brucker

**Directrice Responsabilité Sociétale et Environnementale, Colgate®-Palmolive® France-Benelux**



**COLGATE-PALMOLIVE**

### DATES CLÉS

- 1806** William Colgate crée une entreprise d'amidon, de savons et bougies à New-York
- 1873** Colgate® lance son 1<sup>er</sup> dentifrice en pot. En 2023 la marque célèbre ainsi ses 150 ans d'innovation
- 1928** Fusion de Colgate® avec Palmolive® pour devenir la Colgate®-Palmolive®-Peet Company
- 1953** Colgate®-Palmolive® Compagny devient le nom officiel de la société



## CHIFFRES CLÉS

Présence dans **200 pays**,  
+ de **34 000** salariés et un  
CA **~20 Mds** de dollars (2025)

En France présence  
dans **4 secteurs clés** :

- > **Hygiène bucco dentaire**  
(Colgate®, Elmex®, Meridol®),
- > **Soins du corps**  
(Sanex®, Tahiti®),
- > **Entretien maison**  
(Paic®, Ajax®, La Croix®)
- > **Soin du linge**  
(Soupline®).

## Objectifs 2025 & Résultats 2023 des Emballages Consommateurs

Zéro emballage inutile



Retrait des bouchons  
aérosol Sanex®

Supprimer 1/3  
du plastique vierge  
vs. 2019



-20%  
en 2023



et  
utiliser 25% PCR



vs 18%  
en 2023



100% emballages  
recyclable,  
réutilisable ou  
compostable



~ 90%  
en 2023



À fin 2023, sur l'ensemble de nos opérations mondiales, nous étions à 93 % grâce à de nombreuses initiatives depuis plusieurs années.

Je mentionnais la présence forte des dentifrices Colgate® dans le monde : après 5 ans de recherche et développement, nous avons déployé dès 2019 notre premier tube plastique en PEHD mono matériau recyclable. Nous ne nous sommes d'ailleurs pas arrêtés là : pour maximiser l'impact sur la société, cette technologie est disponible en open source et donc accessible à tout fabricant de produit en tube souple.

- Supprimer 1/3 de plastique vierge par rapport à 2019. En 2023, nous en étions à -20 %, grâce à plusieurs solutions comme l'allègement du poids des emballages, la concentration des formules ou encore

les recharges souples.

- Utiliser 25 % de PCR. En 2023, nous étions à 18 %. La disponibilité de PCR contact alimentaire, dans les volumétries dont nous avons besoin pour nos dentifrices et à un prix abordable, reste un défi pour intégrer du PCR dans cette catégorie.

- Supprimer l'emballage inutile. Cela passe par un questionnement permanent de l'emballage. Nous avons ainsi supprimé le bouchon des déodorants en aérosol Sanex®.

**Comment imaginez-vous, plus globalement l'avenir face aux enjeux RSE pour l'industrie ?**

L'enjeu principal va être de continuer de réduire la dépendance de nos sociétés au plastique, voire de s'en affranchir sur certaines propositions de produits.

Il va aussi être nécessaire d'accompagner les consommateurs dans les changements d'usage que cela peut comporter, du geste le plus simple que représente les recharges, jusqu'aux plus compliqués comme le vrac ou encore un changement plus radical de forme et d'usage de produits comme les pastilles à croquer à la place du dentifrice en pâte que nous utilisons depuis des décennies. En bref, plus de recharge, plus de concentration, plus de solides.

**Que pensez-vous d'un salon tel que Prod&Pack Lyon, pour l'industrie ?**

Les salons professionnels tels que Prod&Pack Lyon sont essentiels pour que l'ensemble des acteurs, le législateur, les fournisseurs, les fabricants et les metteurs sur le marché se rencontrent et partagent leurs points de vue et leurs solutions. Et c'est de cette synergie que les solutions de mise à l'échelle seront identifiées et commercialisées, pour le bénéfice de tous.



## INTERVIEW

### “Minimiser notre impact à chaque étape de la conception et de la production”

**Pourriez-vous brièvement me parler de votre entreprise en précisant comment est venue l'idée de créer NOWA Cosmetics ?**

En 2022, je suis marquée par un événement : des incendies ravagent la Gironde. Mon village, cerné par la forêt, est à son tour encerclé par les flammes. Ma famille et moi sommes évacués par les pompiers qui pensent manquer d'eau pour éteindre les flammes.

De là vient la prise de conscience. L'eau est le plus grand défi de notre époque.

NOWA répond à une question simple : Comment se laver sans eau et donc sans rinçage ?

L'hygiène du futur, c'est une marque "NO WATER" créée pour répondre à l'urgence cli-

matique : pas d'eau ajoutée au sein des formulations, pas d'eau à l'utilisation ! Fruit de 18 mois de travaux de recherche approfondis et d'expérimentations poussées, notre solution révolutionnaire d'une "douche sans eau" a été développée. Cette innovation, désormais protégée par un brevet exclusif, permet à tout utilisateur de se nettoyer rapidement et efficacement, où qu'il se trouve et à tout moment, même dans des conditions où l'eau est totalement inaccessible.

Avec NOWA, nous proposons ainsi un nouveau dispositif ingénieux qui répond aux besoins croissants de sobriété hydrique. Cette innovation s'inscrit pleinement dans une démarche durable, en offrant une alternative pratique et responsable pour limiter sa consommation d'eau au quotidien.



**NO**  
*wa*  
cosmetics

**Pour "NOWA" quelles ont été les démarches en matière d'écoconception et d'emballages ?**

Chez NOWA, l'écoconception est au cœur de notre stratégie. Nous avons pris plusieurs mesures pour minimiser notre impact à chaque étape de la conception et de la production de nos produits.

- Réduction des emballages : nous avons choisi un emballage léger, afin de limiter le volume et le poids des produits lors du transport, réduisant ainsi l'empreinte carbone liée à la logistique. Le packaging ne contient aucun "espace vide", une taille parfaitement adaptée à la quantité de produit nécessaire. Matériaux recyclés et recyclables : notre flacon est fabriqué à partir de matériaux recyclés à hauteur de 70% et est recyclable.
- Réutilisation : nous travaillons sur des emballages rechargeables afin de réduire la production de nouveaux flacons.
- Formule écoresponsable et upcyclée : notre formule contient moins de 10 ingrédients, est naturelle à 99%, vegan et surtout sans eau ajoutée.

Nous avons remplacé l'eau potable par de l'eau végétale sauvee du gaspillage. De l'eau, mais pas n'importe laquelle !

**Quels sont les prochains axes de développement pour NOWA Cosmetics ?**

L'enjeu est à présent de développer la gamme de produits, de créer de nouveaux formats et de nouveaux parfums. La priorité sera de créer des formats écoresponsables rechargeables.

**Si vous pouviez remonter le temps, quel conseil vous donneriez-vous, en lien avec votre parcours professionnel ?**

Je me suis lancée dans l'entrepreneuriat à 39 ans, après une carrière de 17 ans passée dans de grands groupes, de la cosmétique et du e-commerce. Je regrette de m'être lancée si tard, alors je me conseillerais de foncer, et de laisser la peur de côté pour vivre à fond cette magnifique aventure !

# Jessica Wydra

Fondatrice de NOWA



## PROD&PACK

C'est une excellente initiative, en particulier dans un contexte où la durabilité et l'innovation sont au cœur des préoccupations de l'industrie cosmétique et de nombreux autres secteurs. Une belle occasion de rencontrer des acteurs clés de la filière, de découvrir de nouvelles technologies et d'échanger des bonnes pratiques en matière d'écoconception.

Vous souhaitez en savoir plus ?  
[www.nowacosmetics.com](http://www.nowacosmetics.com)

# Nos Solutions de **SECURITÉ** pour vos Chariots de Manutention

Gamme d'Eclairage Sécuritaire à LED (Blue Spot, Red Line ...)

**optalight**



Système de Contrôle d'accès et de Gestion de flotte (Check-List, Détecteur de chocs, et bien plus encore ...)

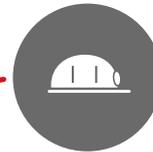


**optafleet**

**optaview**



Gamme de Caméras (de recul, de travail, de fourches, et d'enregistreur vidéo)



**optasafe**

Système de Détection Piéton/Engins

**optaprotect**



Produits pour Protection Moteurs, Pneumatiques et Transmissions



**optafire**

Système d'Extinction automatique de départ de feu



**optaspeed**

Solutions de Limitation de vitesse, notamment Intérieur/Extérieur

Hall 6 - Stand C8

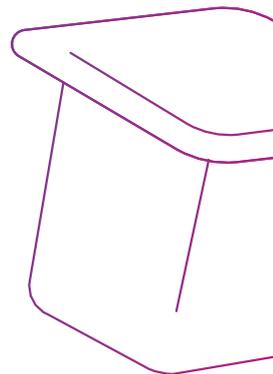
# RÉFLECHIR, OSER, TRANSFORMER

Trois jours de moments forts qui invitent à la réflexion et au partage

**Rendez-vous en salle de conférences, pour échanger avec des personnalités de renom et les acteurs majeurs de l'industrie.**

**Au cœur du salon, un lieu de rencontres inédit !**

Ceux-ci prennent la parole pour partager leur vision, leurs stratégies et leurs actualités. Le programme composé d'interventions fortes et de partages éclairants, promet des moments inspirants pour cultiver sa capacité à être curieux, y compris le jeudi après-midi... car pour les belles surprises, tout ne se joue pas qu'en ouverture ! Les trois journées de l'événement s'articuleront autour de différentes thématiques en salle de conférences, avec des sessions bien distinctes : matinées thématiques, masterclass, initiatives inspirantes, tables rondes...



# DES MATINALES THEMATIQUES

**MAR**  
**18/11**

**À PARTIR DE 10H**

**“Les Assises  
Nationales du  
Réemploi »**

**PARMI  
LES AXES  
ABORDÉS :**

- Le point sur le dispositif REUse avec la présence de Citéo
- Premier bilan de Go ! Réemploi avec Fabrice Peltier
- La coalition Recosm avec Circul'r
- Intervention Réseau Vrac et Réemploi

**Avec des témoins  
et des retours  
d'expériences concrets**

**JEU**  
**20/11**

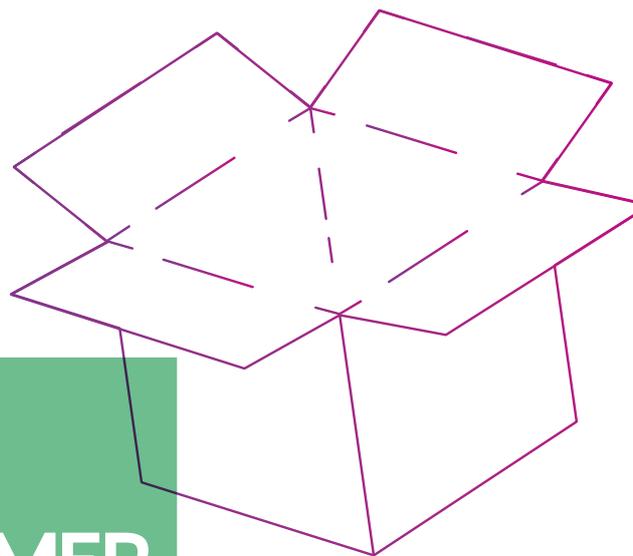
**À PARTIR DE 10H**

**“Recyclabilité,  
sobriété,...  
cap sur  
l'innovation !”**

**PARMI  
LES AXES  
ABORDÉS :**

- Le point sur le cadre réglementaire avec la présence de Citéo
- Lauréats de l'appel à projets Citéo : Avec, Albea, ...
- Les avancées du centre technique du papier
- Les tendances durables de Prod&Pack

**Avec des témoins  
et des retours  
d'expériences concrets**



**MER**  
**19/11**

**À PARTIR DE 10H**

**“Fin de ligne :  
les leviers de  
la performance  
industrielle”**

**PARMI  
LES AXES  
ABORDÉS :**

- La méthode Kaizen au service de la fin de ligne avec l'Institut Kaizen et Kenvue
- Robotique et machines intelligentes avec le Cluster coboteamp, le Pôle Cime,...
- Digital et performance environnementale avec Corpokarma, le Pôle polymeris,...

**Avec des témoins  
et des retours  
d'expériences concrets**



# DES MASTERCLASS

## “IA & Emballage : une alliance pour la transition”

Avec une centaine de projets IA déployés dans des entreprises de pointe ces 20 dernières années, John Rauscher est LA voix à écouter pour **comprendre les enjeux et opportunités de l'Intelligence Artificielle aujourd'hui**. L'IA, dans le secteur de l'emballage et dans l'usine de façon globale, est un levier stratégique pour conjuguer innovation, performance industrielle et transition écologique. Elle ne fait pas tout, mais elle permet de mieux faire, plus vite, et avec davantage de conscience environnementale. John explore comment les entreprises qui vont adopter l'intelligence artificielle vont prendre un avantage concurrentiel important sur celles qui tardent à adopter cette innovation. Parlons-en

ensemble le Mardi 18 novembre à 13h30 sur Prod&Pack Lyon ! Diplômé de l'Université de Berkeley en Californie et serial entrepreneur dans l'âme, John Rauscher a co-fondé 4 entreprises dans les 25 dernières années. L'une a été cotée à la Bourse de Paris (Nouveau Marché), une autre (dont le siège social était basé en Rhône Alpes) acquise par Oracle. Une 3<sup>e</sup> est devenue un leader reconnu dans le domaine de l'IA et du luxe... Son discours est direct et concret. Sa devise ? **“J'ai de fortes convictions et aucune certitude !”** Avec une longue expérience internationale aussi bien aux États-Unis, qu'en Asie ou en Europe, John est aussi auteur de livres comme “À la conquête de la Silicon Valley” (Eyrolles - Ed. d'Organisation) ou encore “PME : Réussir à l'international”. Les ouvrages “La Révolution des Services 4.0” et

“The Rise of the Cobot” évoquent l'industrialisation du Conseil grâce au travail collaboratif entre les experts du conseil et l'IA.

MAR  
18/11

À PARTIR DE 13H30



**John Rauscher**  
La voix de l'IA

## “La réindustrialisation en France et les défis de l'ère Trump”

MER  
19/11

À PARTIR DE 13H30

**Vincent Vicard**  
Économiste



**Relocalisation, souveraineté économique, “made in France”...** Derrière ces mots, une ambition partagée : redonner des forces à l'industrie française. Mais si tout le monde s'accorde sur le cap, le chemin à emprunter fait débat. Pour Vincent Vicard, il est temps de repenser la politique industrielle comme un processus évolutif, capable de s'adapter aux secousses géopolitiques et climatiques. **L'ère Trump et le retour du protectionnisme ont marqué un tournant : pour la France, retrouver une autonomie stratégique dans les secteurs clés n'est plus une option, mais une nécessité !**

Vincent Vicard est économiste, spécialiste du commerce international. Il est adjoint au directeur du CEPII et responsable du programme scientifique d'Analyse du Commerce International.

Ses recherches portent sur les entreprises multinationales, l'intégration européenne, la politique industrielle et la géoéconomie. Il est l'auteur de “Faut-il réindustrialiser la France ?” paru en 2024 aux éditions PUF. Il intervient par ailleurs régulièrement dans les médias et enseigne le commerce international à Sciences Po.

## “Comment manager en ces temps inédits ?”

Une invitation à sortir du cadre, sous l'angle philosophique !



# Laura Lange

Docteure en philosophie pratique

Laura Lange bouscule les idées reçues et insuffle un vent de fraîcheur dans l'univers professionnel. Conférencière percutante, consultante, chroniqueuse et autrice, elle ne cesse de réinventer les codes du management à coups de concepts bien aiguisés et de mots choisis. Jeudi 20 novembre, Laura vous invite donc à repenser le travail, le management, la performance... en conjuguant rigueur philosophique et libre créativité. Sa devise ?

“Je n'ai qu'une philosophie : celle d'en avoir plusieurs !”

Docteure en philosophie pratique, Laura Lange intervient depuis plusieurs années dans les entreprises. Au cours de ses interventions, elle conduit les équipes à prendre du recul sur la gestion de leurs pensées et de leurs actions en entreprise. Elle a également proposé durant deux années une série de chroniques hebdomadaires intitulée La Minute Philo sur la chaîne de télévision Télé Lyon Métropole.

Elle poursuit l'aventure en publiant chaque mois une nouvelle chronique sur les réseaux. Sur scène, en entreprise ou à l'écran, Laura manie la pensée comme une baguette magique, pour faire surgir le sens là où l'on ne l'attend pas ! Elle sera d'ailleurs sur scène à Paris jusqu'en fin décembre au Théâtre des Mathurins pour son spectacle “Philosophons avec les fables de La Fontaine”. Bref, avec humour, audace et poésie, elle transforme chaque prise de parole en un moment suspendu, “un temps court qui en dit long !”

# JEU 20/11

À PARTIR DE 13H30

## DES INITIATIVES INSPIRANTES

Parmi les thèmes abordés...

### Céramique : la co-construction d'une filière nouvelle de recyclage

Avec **Jean-Pierre Rakoutz**, Directeur de marché, Leko - **Fabienne Zawadzki**, Directrice des Produits Surgelés Tipiak - **Gwendal Michel**, Responsable R&D, Ecomaison

### Initiative Impack't et QR Code augmenté GS1 : faciliter la circularité des emballages

Avec **Stéphane Cren**, Responsable Innovation, GS1 France

### Industriels : relevez le pari de l'attractivité !

Avec **Émilie Le Douaron**, Présidente Collectif “Les Industriels”, Dirigeante du cabinet Miti - **Philippe Marillaud**, Président, Votat - **Jean-François Petit**, Directeur des Opérations, Selectarc

L'intégralité de nos conférences, à portée de clic !

Rendez-vous sur notre site [prodandpack.com](http://prodandpack.com)

Intéressé ? Prenez votre badge !



## INTERVIEW

**“Nous avons été les premiers en Europe à exploiter six machines d’emballage 3D, capables de scanner chaque produit pour fabriquer un carton sur-mesure”**

**Pourriez-vous brièvement me présenter vos missions au sein de votre entreprise ?**

Je suis en charge de la RSE, de la qualité et de la modération. Mon rôle est de faire converger toutes les équipes - produit, logistique, tech, relation client - vers un objectif commun : un e-commerce plus responsable d'un point de vue environnemental, social et sociétal. En ce qui concerne notre logistique, cela se traduit par des actions dans nos entrepôts et sur nos flux transport : réduction des emballages, optimisation des flux, soutien à l'économie circulaire... Cdiscount, ce sont 2 000 collaborateurs engagés dans cette voie.

**Quels sont les grands défis pour Cdiscount et pour le secteur du e-commerce aujourd'hui ?**

Le e-commerce est en pleine transformation, porté par de nouvelles attentes des consommateurs - plus de responsabilité, de transparence, de durabilité, - en plus d'avoir le choix et des prix accessibles. À nous, acteurs du secteur, de faciliter cette évolution, de la rendre accessible, concrète, et d'embarquer l'ensemble des publics dans ce mouvement. Chez Cdiscount, nous avons placé depuis longtemps ces enjeux au cœur de notre business model en menant une politique globale de réduction de notre empreinte que ce soit la nôtre ou celle de nos clients. À cet égard, nous les accompagnons dans l'adoption d'une consommation plus responsable.

Cela commence par l'offre produit. Nous développons des gammes “plus responsables” (produits reconditionnés, Made in France, à faible consommation énergétique, plus réparable...) sur toutes nos familles de produits et donnons aux clients les clés pour les identifier facilement pour accompagner de nouveaux modes de consommation. Aujourd'hui, plus de 25 % de nos ventes portent sur des produits “plus responsables”. Nous avons une vision globale qui embarque tous nos métiers. La logistique est un levier clé et fait, elle aussi, partie de l'expérience clients. Nous expédions plus de 14 millions de colis par an depuis nos trois pôles logistiques en France, dont plus de 50 % via notre service de Fulfillment (FFM), et chacun de ces colis est une opportunité d'amélioration : sur le choix des matériaux, le taux de vide, le regroupement des produits, les modalités de livraison etc. Enfin, nous avons un rôle pédagogique vis-à-vis du client. Avec 16 millions de visiteurs uniques par mois, nous avons une vraie responsabilité. Nos parcours doivent faciliter les bons choix pour que le consommateur puisse lui aussi devenir acteur de cette transition.

**Y a-t-il des problématiques spécifiques en matière d'emballage ?**

Absolument. L'emballage pose des questions environnementales et est le premier point de contact physique avec nos clients - il contribue à relayer nos engagements. Chez Cdiscount, nous avons été pionnier en la matière : dès 2016, nous avons déployé une politique ambi-

tieuse, fondée sur quatre axes. D'abord des matériaux durables : uniquement du kraft pour le calage, des encres végétales, des cartons recyclés à 90 % et 100 % de cartons certifiés. Ensuite l'usage de la technologie au service de la chasse au vide et de la diminution de la consommation de cartons. Nous avons été les premiers en Europe à exploiter six machines d'emballage 3D, capables de scanner chaque produit pour fabriquer un carton sur-mesure. Enfin, la suppression du suremballage dès que possible. Ces investissements paient : aujourd'hui, 88 % de nos colis sont expédiés sans vide depuis nos entrepôts. Nous avons pu éviter 10 000 camions sur les routes. En combinant le sans suremballage et le regroupement des colis, c'est quasi 1 million de colis évités par an.

**Quels sont vos prochains axes de développement, toujours en matière d'emballage ?**

Un de nos enjeux majeurs à venir, c'est d'embarquer tout notre écosystème dans la transition vers des emballages pensés pour le e-commerce. Aujourd'hui, la plupart des produits vendus en ligne sont encore conditionnés de la même façon que pour la vente physique. Cela pose des limites : pour des jouets par exemple - aux emballages aux formes non conventionnelles - ou pour des objets de marques très identifiables, même lorsqu'un produit est robuste, nous ne pouvons pas les livrer sans suremballage. Il devient donc crucial de travailler avec les industriels pour concevoir des emballages plus neutres, plus adaptés à la logistique e-commerce.



**Caroline  
Bordet-Le Lann**

**Directrice RSE Cdiscount**



En parallèle, nous continuons de travailler sur le réemploi. Depuis 2020, nos clients peuvent choisir, pour presque 70 000 références, des colis réutilisables Hipli, gratuits, conçus pour 100 cycles. Mais dès le 2ème usage, l'emballage est moins impactant qu'un carton. Il faut donc absolument encourager les consommateurs à remettre les emballages dans la boucle ! Le défi n'est plus technique mais sociétal : il faut faire adopter de nouveaux usages.

### Quelles conditions sont nécessaires, selon vous, pour réussir la transformation du e-commerce vers un modèle plus responsable ?

La transformation vers un e-commerce plus vertueux demande des investissements, du temps, des ressources - et une vision de long terme. C'est un équilibre fragile, qui nécessite que l'ensemble de la filière, fournisseurs, vendeurs marketplace et les consommateurs, avance dans la même direction. Il faut embarquer chacun avec des solutions concrètes et accessibles. Or certains acteurs ne jouent pas le jeu.

En contournant les règles, en pratiquant un dumping environnemental et social, ils déstabilisent profondément le marché. Dans ces conditions, il devient extrêmement difficile pour les entreprises engagées de tenir le cap - alors même qu'il y a urgence à agir. Si l'on veut réussir collectivement cette transformation, il est impératif que le cadre réglementaire soit appliqué de manière à tous. C'est indispensable pour créer les conditions d'un progrès durable et partagé.

### Que pensez-vous de la tenue d'un événement comme Prod&Pack Lyon ?

Ces moments de rendez-vous entre experts sont très utiles parce qu'ils mettent autour de la table des acteurs qui, souvent, ne se croisent pas assez : logisticiens, fabricants, distributeurs, fournisseurs de technologies, startups. Ces moments de dialogue sont précieux pour sortir d'une approche trop théorique ou trop sectorielle, et confronter les idées aux réalités du terrain. Ce que j'y trouve particulièrement utile, c'est la possibilité de partager des retours concrets : ce qui fonctionne, ce qui coince, ce que l'on teste. Car beaucoup de sujets liés à l'emballage - et plus largement à la transformation responsable du e-commerce - dépassent largement la seule innovation technique. On touche à des questions de comportement, d'appropriation, d'usages réels. Et à des contradictions fortes : entre attentes de durabilité et exigences de rapidité ou de confort. Pour avancer, il faut non seulement innover entre professionnels, mais aussi mieux comprendre comment embarquer les consommateurs... Et cela, aucun acteur ne peut le faire seul.

Cdiscount

1998

Création à Bordeaux de Cdiscount

2,7 Mds €

de volume d'affaires en 2024

20 millions

de produits sur sa plateforme

7 millions

de clients en 2024

14 millions

de colis expédiés en 2024

Depuis 2021

Déploiement d'une stratégie ambitieuse axée autour du modèle marketplace et des services B2B

Juin 2024

Lancement d'une nouvelle identité de marque

## CITÉO

### Déploiement du réemploi :

## “Penser des solutions opérationnelles et financières accessibles aux petites comme aux grandes entreprises”

#### Le test Réemploi a été lancé dans le Nord et l'Ouest en juin dernier. Qu'en est-il aujourd'hui ?

La première chose à dire, et nous pouvons tous collectivement en être fiers, c'est que le lancement a bien eu lieu dans les temps ! Coopérative U a inauguré son premier magasin en juin, Intermarché a suivi début juillet, Carrefour et Monoprix sont également au rendez-vous. Nous espérons arriver à déployer les 750 magasins au plus vite. À la rentrée de septembre nous étions à 250 magasins, à l'automne nous serons à mi-parcours : Le site [geste-gagnant-reemploi.fr](http://geste-gagnant-reemploi.fr) permet de suivre les compteurs de magasins. Côté offres, nous avons également plus de 80 produits prêts à être référencés : beaucoup de boissons (eaux, jus, bières, soupes) mais aussi

quelques produits alimentaires. Les chiffres sont et continueront à être consolidés tout au long de l'année 2026 et partagés lors de nos communications, notamment les ReUse Days. Le prochain est d'ailleurs prévu le 2 octobre.

#### De façon globale, observe-t-on une progression significative, en France, de la sensibilisation à l'impact environnemental et à l'importance du réemploi ?

Dès 2020, nous avons observé qu'un quart (24%) des Français citaient spontanément la réutilisation comme levier pour mieux consommer<sup>1</sup>, ce qui est très encourageant. Par ailleurs, nous observons que l'attente est palpable puisque 40% des consommateurs estiment que

l'offre de biens et de services pour mieux consommer est insuffisante<sup>2</sup>. Les résultats de notre étude ethnographique révèlent 6 profils de consommateurs répondant à des drivers d'achat différents : les engagés (15%), équilibristes (14%), anti-gaspi (15%), économes contraints (21%), vigilants (20%) et enfin les détachés (15%)<sup>3</sup>. La bonne nouvelle est que l'étude a révélé qu'il n'y avait pas de profil réfractaire au réemploi, mais tous les consommateurs ne changeront pas leur mode de consommation pour les mêmes raisons, il est donc primordial de mettre en place une offre de réemploi qui permettent au plus grand nombre de consommateurs/citoyens d'y adhérer.

#### Est-ce plus complexe, selon les différentes tailles des entreprises, de déployer le réemploi des emballages et les réponses face aux évolutions réglementaires ?

Toutes les tailles d'entreprises présentent des avantages et des inconvénients. À titre d'illustration, nous avons observé qu'il était moins chronophage pour les “plus petites” entreprises de lancer la production d'une innovation produit. Pour le changement des étiquettes également, le sujet semble moins fastidieux que pour les plus grandes entreprises. Notre rôle est de penser les solutions (opérationnelles et financières) de manière à ce qu'elles soient accessibles sans distinction, qu'il s'agisse d'une petite ou d'une grande entreprise. Les financements que nous avons mis en place pour le lancement de l'activation (équipements de récupération en magasin, soutiens à la collecte des emballages, accompagnement des laveurs, achat et mise à disposition du premier parc d'emballages standardisés R-cœur) visent justement à ce que l'offre de réemploi soit compétitive par rapport à l'usage unique, pour les metteurs en marché, les distributeurs et donc les consommateurs.

1. Source : Étude Shopper Actions Plus x Citeo 2020.

2. Source : Observatoire de la consommation responsable L'ObSoCo x Citeo 2021.

3. Source : Étude sur les représentations et le potentiel d'adoption du réemploi par les consommateurs français, Citeo x l'institut Ipsos 2024.

## PROD & PACK 2025 ?

### “C'est essentiel de démultiplier les messages auprès des acteurs.

Le réemploi présente une véritable révolution pour les entreprises, à plusieurs niveaux et de fait plusieurs fonctions clés de l'organisation sont concernées.

Il est donc essentiel que la connaissance et l'expertise soient diffusées le plus largement possible. Et les événements professionnels comme Prod&Pack sont essentiels pour toucher un public très divers...”



## Valentin Fournel

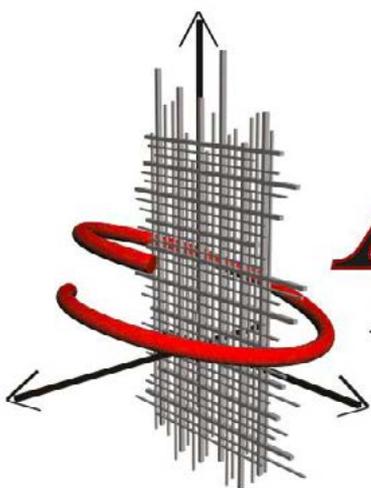
Directeur Innovation  
Éco-conception  
et Réemploi



PACKAGING  
Line  
*Solutions*

HALL 6  
STAND  
6-F90

**SMART ROBOTICS.  
STRONG PERFORMANCE.**



**ARP**

AUTOMATION ROBOTIC PACKAGING

📍 183 Avenue de la Forêt – 36330 Le Poinçonnet 🇫🇷

☎️ +33 (0)6 59 78 72 52 – +33 (0)6 07 91 65 92

✉️ [secretariat@arp360.com](mailto:secretariat@arp360.com)

Suremballage



Encaissage



Palettisation



# FORUM DES FÉDÉRATIONS

Une quinzaine de fédérations professionnelles et d'institutionnels sont présents sur Prod&Pack : il s'agit d'une plateforme essentielle pour construire l'avenir des chaînes de production, des process et des emballages.



## Une synergie efficace au service des industriels

Que ce soit pour suivre l'actualité d'une filière, s'informer des évolutions du marché et des dernières innovations, des évolutions réglementaires, des bonnes pratiques, des certifications... les fédérations facilitent la synergie efficace des expertises. Elles jouent également un rôle essentiel dans nos débats publics car elles permettent d'éclairer quotidiennement les pouvoirs publics et les parlementaires lors de l'élaboration des futures législations. Là où bat le cœur de la filière emballage, découvrez le Forum des Fédérations sur Prod&Pack !

## Des conférences et des innovations

Sur l'espace dédié, les fédérations professionnelles sont présentes pour impulser l'avenir du secteur ! Les visiteurs peuvent ainsi découvrir une vitrine des dernières innovations présentées par des acteurs clés qui œuvrent au quotidien, notamment en travaillant à l'accélération des transitions pour une industrie plus verte. C'est bien connu, ensemble, on va encore plus loin ! Pour compléter ce dispositif, des mini-conférences sont proposées sur place, Hall 6, en abordant une multitude de sujets d'actualité en lien avec les enjeux des industriels. De plus, en salle de conférences Hall7, une table ronde a lieu chaque fin de journée avec les fédérations présentes, sur un grand thème tel que "Comment interpréter le PPWR", "Les enjeux de la décarbonation", ou encore "l'Innovation"... des rendez-vous à ne pas manquer !

Retrouvez les informations sur le Forum des Fédérations [www.prodandpack.com/fr](http://www.prodandpack.com/fr)



## PLÉNIÈRES

# LES 3 PLÉNIÈRES DES FÉDÉRATIONS

Animées par Pierre Christen, Journaliste  
Salle de conférences Hall 7

Programmation sous réserve de modifications

**MAR**  
**18/11**

**16H45 > 17H30**

**“La  
décarbonation  
des emballages  
et des matériaux  
d'emballage”**

**TABLE RONDE  
PRÉSIDIÉE PAR LE CNE**

Les enjeux de la décarbonation et les actions engagées par les Fédérations et leurs industriels. La France fixe à l'industrie l'objectif de réduire ses émissions de gaz à effet de serre de 35 % en 2030. La filière emballage souhaite aussi contribuer à ce défi et s'engage pleinement au quotidien. Intégrer les objectifs environnementaux au cœur de sa stratégie d'entreprise devient essentiel pour rester attractif et conquérir de nouveaux marchés. La comptabilité carbone et le reporting associé sont devenus impératifs pour les entreprises soucieuses de leur impact...

**Jacques Bordat**, Président de La Fédération des Industries du Verre (LFIV)

**Bruno Siri**, Délégué général, Conseil National de l'Emballage (CNE)

**Olivier de Lagausie**, Manager-coordonateur de la Commission Emballage Léger, Fédération Nationale du Bois (FNB)

**Sébastien Malangeau**, Directeur général, Syndicat national des Régénérateurs de matières Plastiques (SRP)

**MER**  
**19/11**

**16H45 > 17H30**

**“PPWR :  
Regards croisés  
sur ce texte  
structurant  
pour la filière  
emballage et  
recyclage”**

**TABLE RONDE**

Décryptage par les Fédérations : seront analysés notamment les normes de recyclabilité, les enjeux des 3 R et l'adaptation des industriels dans cette transition écologique.

**Gaël Bouquet**, Délégué général Les entreprises de l'emballage plastique et souple (ELIPSO)

**Kareen Desbouis**, Coordinatrice Comité Français des emballages papier carton (COFEPAC)

**Claudie Mathieu**, Déléguée générale Syndicat National des Fabricants de Boîtes, emballages, bouchages Métalliques (SNFBM)

**Christophe de Boissoudy**, Président Association Française des Compostables Biosourcés (AFCB).

**JEU**  
**20/11**

**15H00 > 15H45**

**“Osons innover et  
communiquer”**

**TABLE RONDE**

Un panorama des actions et des engagements des filières à travers l'innovation. Une belle opportunité de découvrir le travail au quotidien des associations professionnelles et des industriels vers une plus grande circularité des matériaux.

**Carole Fonta**, Directrice générale, Alliance Carton Nature (ACN)

**Caroline Chaussard**, Directrice Développement Durable, Polyvia

**Oscar Rojo**, Responsable développement, Evolis



## “La REuse Economy peut devenir un pilier de la réindustrialisation en France”

**Pourriez-vous me présenter brièvement votre association et votre rôle au sein de celle-ci ?**

Réseau Vrac & Réemploi, c'est l'alliance de l'expertise terrain et du plaidoyer stratégique pour faire du réemploi des emballages une norme industrielle. Nous fédérons aujourd'hui plus de 500 acteurs de la filière - metteurs en marché, distributeurs, opérateurs de réemploi, éco-organismes - avec un objectif clair : structurer et développer une filière française du réemploi des emballages, à la fois compétitive, durable et créatrice d'emplois. En tant que cofondatrice et directrice générale de l'association, j'incarne cette dynamique à travers nos actions sur le terrain, notre rôle d'interface avec les pouvoirs publics, mais aussi via des initiatives structurantes comme la création du salon professionnel REuse Economy Expo, dédié aux solutions concrètes de réemploi dans tous les secteurs industriels.

**D'ailleurs, comment définiriez-vous la REuse Economy face aux enjeux en quelques mots ?**

La REuse Economy, c'est une économie fondée sur le réemploi, structurée autour d'un tripptyque simple : concevoir pour l'usage multiple, organiser le retour, remettre en état (lavage, réparation, reconditionnement). Appliquée aux emballages, elle en fait un véritable

actif circulant : puisqu'il est réemployé de multiples fois, avant de devenir un déchet et d'être recyclé. Elle permet de réduire les déchets, de sécuriser l'accès aux matières, et de créer de la valeur localement. Ce n'est pas une utopie : des modèles existent déjà, comme les palettes bois, réemployées à plus de 80 % en France. Il est temps d'étendre ces logiques à l'ensemble du secteur.

**Avez-vous noté ces dernières années une prise de conscience plus importante des enjeux ?**

Oui, très clairement. Ces dernières années, nous avons vu une accélération de la prise de conscience, portée à la fois par la réglementation - notamment la loi AGECE et la directive européenne PPWR - et par une demande croissante des consommateurs. Le réemploi, longtemps perçu comme marginal ou artisanal, devient

## PROD & PACK LYON

“Nous sommes ravis d'être partenaires du Village du Réemploi à Prod&Pack, souligne Célia Rennesson Fondatrice et Directrice générale de Réseau Vrac & Réemploi. C'est un signal fort qu'un salon industriel en région consacre un espace dédié à cette nouvelle économie ! En tant qu'acteur de référence sur le sujet, Réseau Vrac & Réemploi coanime le village pour y incarner l'expertise filière, faire le lien entre les exposants, les visiteurs et les enjeux du secteur. Ce village est pensé comme un lieu d'accélération et de mise en réseau pour toutes celles et ceux qui souhaitent s'engager concrètement dans la REuse Economy.”

un sujet stratégique pour les entreprises. Mais cette dynamique reste fragile. Le contexte géopolitique et économique actuel peut ralentir la transition. Il est donc crucial de sécuriser les avancées législatives, de créer un cadre stable et incitatif, et de rassurer les acteurs économiques qui souhaitent s'engager durablement.

**Comment voyez-vous l'évolution de la REuse Economy dans les prochaines années ?**

Nous entrons dans une décennie charnière. D'ici 2030, nous pourrions convertir jusqu'à 20 % de certains marchés au réemploi si les bons leviers sont activés : standardisation, mutualisation, accompagnement technique et soutien public. La REuse Economy peut devenir un pilier de la réindustrialisation en France. Elle permet de relocaliser

des activités, de créer des emplois non délocalisables, de sécuriser l'accès aux ressources. C'est une filière d'avenir, au croisement de l'industrie, de l'écologie et de la souveraineté économique.

**Auriez-vous un ou deux exemples inspirants d'initiatives autour du réemploi ?**

Un exemple emblématique : le projet REuse coordonné par Citeo. Pour la première fois, un système de réemploi des emballages en verre va être déployé à l'échelle nationale avec un parc d'emballages standardisés, une logistique mutualisée et une performance optimisée. 30 millions d'emballages seront réemployés dès 2025 dans 4 régions pilotes. Autre levier structurant à venir : la Responsabilité Élargie des Producteurs pour les emballages professionnels. Cette REP représente une opportunité majeure de créer un cadre incitatif pour le réemploi dans les secteurs industriels et logistiques.

# Célia Rennesson

Fondatrice et Directrice générale de Réseau Vrac & Réemploi



Organisé conjointement avec Le Réseau Vrac



# LE VILLAGE DU RÉEMPLOI

Depuis sa création en 2011, Prod&Pack accompagne les mutations du secteur de l'emballage. En 2025, Le Village du Réemploi revient en force, pour offrir aux industriels des réponses aux défis de demain applicables dès aujourd'hui !



## Un espace à forte valeur ajoutée

Au cœur du salon, le Village du Réemploi rassemble, en partenariat avec Le Réseau Vrac, une vingtaine d'entreprises engagées qui développent et déploient des modèles réutilisables performants, à destination de toute la chaîne de valeur : production, distribution, consommation. Ces exposants, sélectionnés pour leur expertise technique et leur maturité opérationnelle, accompagnent les visiteurs

dans l'intégration du réemploi dans leurs chaînes de production, modèles logistiques et stratégies RSE. Bien plus qu'un espace d'exposition, il s'agit d'une véritable plateforme d'échanges entre les visiteurs venus découvrir l'espace, les experts, les startups et les institutions engagés dans la transformation de l'emballage.

## Pourquoi le Village du Réemploi ?

Les intérêts de basculer massivement vers le réemploi des emballages sont nombreux. Les premiers sont environnementaux, comme l'indique Fabrice Peltier, Designer packaging et président de Go ! Réemploi. "Cette pratique permet de préserver les ressources naturelles en réduisant considérablement la pression sur l'utilisation des ressources pour fabriquer des emballages. Elle permet aussi de contribuer à la réduction des déchets. Chaque emballage réemployé est un déchet d'emballage évité. Mais il permet aussi de diminuer l'impact sur l'environnement des produits emballés. En effet, les différentes études d'analyse de cycle de vie

(ACV) réalisées par l'ADEME et CITEO démontrent que plus l'emballage est réutilisé, plus l'impact environnemental du produit est optimisé... Les études indiquent également que 75 % d'énergie est économisée par rapport à l'usage unique et 33 % d'eau économisée par rapport au recyclage. En outre, le réemploi permet de s'assurer une forme de souveraineté industrielle en étant moins dépendant des fluctuations des marchés des matières premières..." (Source Ademe)

Sur Prod&Pack, le Village du Réemploi permet justement de rencontrer des partenaires expérimentés, trouver des interlocuteurs fiables pour échanger sur ses démarches d'amélioration, concrétiser des projets de réemploi, quelle que soit la filière industrielle. Des exemples concrets, novateurs et déjà testés sur le terrain, sont présentés pour se projeter immédiatement dans la mise en œuvre. Parce que faire évoluer les pratiques vers un modèle circulaire et durable n'est plus une option aujourd'hui : réduction des déchets, allongement du cycle de vie des emballages, logiques de consigne,... il est temps de passer à l'action !

## INTERVIEW

**“Une production performante doit l’être aussi en termes de consommation d’eau et d’énergie, grâce à des machines et process limitant l’utilisation de ressources”**

**Pourriez-vous brièvement me présenter vos missions au sein de votre entreprise ?**

Notre mission ? Perpétuer l’art de la pâte fraîche “à la française” ! Aujourd’hui, la promotion de nos spécialités gastronomiques est soutenue par des partenariats avec de grands chefs, séduits par le raffinement et le goût subtil de nos produits. Royans est l’une de nos trois marques principales, dédiée aux professionnels de la restauration. Ma mission est de proposer à ces professionnels des produits répondant à leurs besoins, qui leur facilitent leur quotidien, tout en conservant notre ligne directrice, celle de promouvoir le patrimoine culinaire français, le goût, une cuisine simple qui se prête à la créativité.

**Quels sont les principaux enjeux RSE pour votre entreprise et les pistes envisagées pour y répondre ?**

L’entreprise Saint-Jean a mis en place un programme nommé CAP2030 où plusieurs groupes de travail échangent, discutent, et font avancer l’entreprise. Les sujets abordés sont larges : efficacité énergétique des bâtiments, réduction de l’emploi de plastiques, réduction de l’empreinte carbone de nos produits et de nos matières premières,

entre autres. Chez Royans, nous avons choisi de ne plus proposer de nouveaux produits à base de viande (depuis 2020), mais aussi de concevoir des produits dont les modes de préparation sont économes en eau et en énergie. Par exemple, pour nos clients “Restauration collective” nous avons développé une gamme de pâte farcies / crozets / gnocchi à mettre en œuvre sans précuisson à l’eau. Le gain est énorme : Pour une cuisine réalisant 20 000 repas par jour, cela représente plus de 36 m<sup>3</sup> cube d’eau par service par rapport à la préparation de pâtes sèches !

**Et en matière d’emballage et de conditionnements ?**

Nous avons engagé depuis plusieurs années des démarches de réduction de plastique pour nos gammes de produits. Certaines références de quenelles sont ainsi passées d’un plateau rigide à un sachet sous vide, représentant un gain de 67 % de plastique par kg. En 2025, nous avons optimisé la taille de nos sachets pour nous permettre de proposer des formats plus adaptés aux besoins des chefs,



ce qui représente entre 30 % et 67 % de plastique en moins par kg de produit, tout en améliorant le confort d’utilisation pour nos clients.

**Aujourd’hui, peut-on concilier développement durable et performance de production ?**

Je trouve que ces deux éléments sont particulièrement liés. Une production performante doit l’être également en termes de consommation d’eau et d’énergie, grâce à des machines et des process innovants limitant la consommation de ressources. En outre, un suivi précis de la

performance de production permet de limiter les déchets alimentaires et d’emballages qui pourraient être générés. Nous investissons beaucoup chez Saint-Jean pour rendre notre production plus performante tout en limitant l’emploi de ressources, nous utilisons par exemple la chaleur fatale générée par notre chaufferie vapeur pour chauffer les bureaux de notre siège.

Autre exemple : la consommation de vapeur pendant les changements de série qui a été réduite de 30 % grâce à l’installation de nouveaux pasteurisateurs plus “intelligents”.

PASTIER FRANÇAIS  
**SAINT-JEAN**<sup>®</sup>  
DEPUIS 1935

**1935** Création dans la Drôme

**3** Marques principales (Royans, Comptoir du pastier, Maison Truchet) - Production de Ravioles du Dauphiné Label Rouge et IGP, pâtes fraîches, quenelles lyonnaises et plats cuisinés

**6** Sites de production Auvergne-Rhône-Alpes

**517** Collaborateurs

**+115 M€** Chiffre d’affaires

# Romain Brunet-Manquat

Chef de Marché RHF  
Royans - La Maison SAINT-JEAN



VOTRE PRODUCTION AGROALIMENTAIRE  
EST UNIQUE, **NOS SOLUTIONS AUSSI !**

**Easy Clean Food**  
La Solution hygiène en Agroalimentaire

**RETROUVEZ-NOUS  
HALL 6 - STAND A71**



SOLUTION HYGIÉNIQUE | FIABLE |  
FONCTIONNEL | ÉCONOMIQUE

**MARQUE  
FRANÇAISE**

**ENFIN DES TESTS  
NON DESTRUCTIFS  
SUR VOTRE PRODUCTION !**



**Gagnez du temps**



GPX 1500 Film Food

**Economisez de l'argent**



Rosemount C4215

**Réduisez vos déchets**



Contura S400

Scannez pour découvrir nos solutions



**prod&pack**  
Retrouvez nous au stand **6D42**

1 Rue de la belette, 91410 Dourdan ☎ 01 60 81 04 23 ✉ contact@admcontrole.fr

**prod&pack**

**“Nous y serons”**

**HALL 6 C39**

**PRIMEEdge**  
CUTTING EDGES & SHARPENING SOLUTIONS



**30 ans** PRO'COUPE INDUSTRIES  
La Qualité en premier, le Service avant tout !

**LYON 2025  
18•19•20 NOV.**



## INTERVIEW

### “Adapter notre outil industriel pour répondre aux nouveaux emballages que nous mettons sur le marché”

Pourriez-vous brièvement me présenter votre entreprise et vos missions ?

Je suis responsable projets emballage alimentaire au sein de la Compagnie Léa Nature depuis 25 ans. Le groupe est un village de PME avec 24 usines en France sur 4 activités (alimentaire, compléments/alimentaires, cosmétique et détergence).

Chaque usine a une spécialité avec un process associé. Je suis en charge de trouver les emballages les plus adaptés aux produits afin de répondre aux contraintes de protection produit, passage sur ligne, mais aussi répondre aux contraintes réglementaires.

Je travaille avec de nombreux services : R&D produit, production, achat, réglementaire, marketing, qualité, studio, communication, logistique.

Nous travaillons de nombreux process et différents types de matériaux : papier /carton, plastique souple et rigide, verre, métal.

**En matière d'emballages et conditionnements, quels sont aujourd'hui les principaux enjeux ?**

Depuis 2020, la réglementation sur les emballages est dense : loi AGEC, climat et résilience, et plus récemment le PPWR.

Les principaux enjeux sont les “3 R” : réduction, recyclage et réemploi.

Nous devons nous assurer que nos emballages respectent bien les contraintes réglementaires d'aujourd'hui et de celles des années à venir. Nous devons passer d'une économie linéaire à une économie circulaire. La réduction concerne l'allègement des matériaux mais aussi l'incorporation de matières recyclées comme le PET.

# Marie-Pierre Gaillard

**Responsable projets emballage alimentaire Compagnie Léa Nature**



1993	Création
502 M€	CA estimé 2024
24 unités	De production dont 20 sites en France en 2024
8	Plateformes de distribution en France et en Europe
2 000	Collaborateurs
4 métiers	Bio et naturels (Alimentation, Diététique & Santé, Cosmétique, Soins de la maison)
+ de 5 000	Références produits

Le recyclage n'est pas égal selon les matériaux. En effet, le gros travail concerne les plastiques et plus particulièrement les plastiques souples. Nous faisons partie du GT Flex 25 qui a pour but de recycler les polyoléfinés et de pouvoir proposer des matières recyclées aptes au contact alimentaire. Le réemploi est une piste que nous explorons pour nos usines utilisant le verre mais aussi le développement du vrac qui permet de limiter les emballages et d'acheter la juste dose de produit.

**Quelles sont les pistes envisagées pour répondre à ces défis, notamment face aux réglementations européennes et françaises promulguées indépendamment ?**

Nous explorons différentes pistes selon nos produits. Par exemple sur les céréales sèches, nous travaillons sur des emballages mono matériau (film et étiquette) afin d'avoir un emballage entièrement recyclable mais nous avons aussi une offre vrac où le consommateur peut venir avec son propre emballage s'il le souhaite. Sur la catégorie Jus, nos emballages sont en bouteille verre.

Nous proposons des bouteilles réemployables (jus 1L) où la bouteille va être utilisée plusieurs fois grâce à un retour de la bouteille vide du consommateur au magasin, puis passage dans un centre de lavage et retour à l'usine pour remplir de nouveau avec du jus. L'objectif est de réaliser des boucles fermées afin de limiter l'utilisation d'emballages “neufs”.

**Aujourd'hui, peut-on concilier développement durable et performance industrielle ?**

Nous devons faire des modifications de notre outil industriel pour répondre aux nouveaux emballages que nous mettons sur le marché. Le passage de multi-matériaux à mono-matériau a nécessité des modifications de nos machines ainsi qu'une formation de nos opérateurs.

**Pour vous, quel serait un emballage innovant et/ou idéal ?**

L'emballage idéal n'existe pas mais il est nécessaire pour assurer ses fonctions : protection produit et transport. L'emballage doit permettre d'éviter le gaspillage alimentaire avec l'impact le plus faible sur l'environnement, je parlerai de “juste emballage”.



CONCEPTEUR ET FABRICANT FRANÇAIS  
DE SOLUTIONS AUTOMATISÉES  
POUR VOS FINS DE LIGNE.

prodpack

Rendez-vous  
Stand 6-F78!



COUPE | TRANCHAGE



PESAGE | ÉTIQUETAGE



ÉTUYAGE | ENCAISSAGE



PALETTISATION

05 49 82 05 80  
info@ixapack.com  
www.ixapack.com

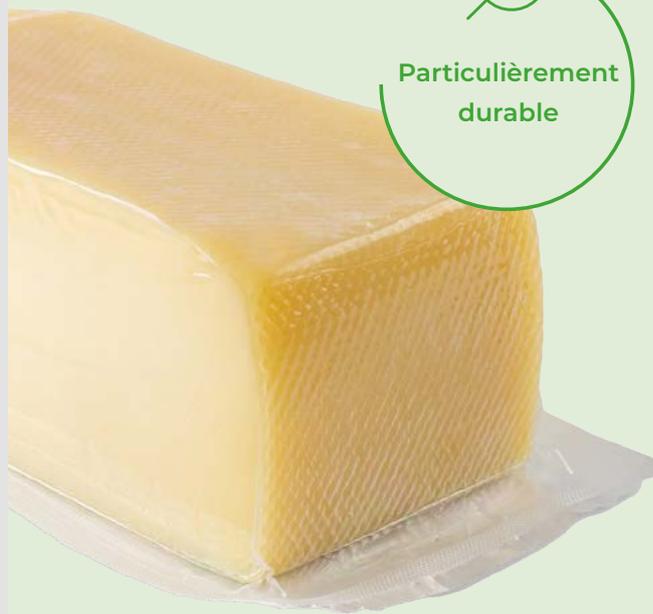


#industriemadeinfrance

Mono-films  
Spécialement  
conçus pour  
l'économie  
circulaire



Particulièrement  
durable



**packartis**  
*flexible. And packaging.*

Packartis AG/SA/Ltd  
Gutstrasse 73  
CH-8055 Zürich

+41 (0) 44 451 77 50  
www.packartis.ch  
info@packartis.ch

Hall 6 – Stand E73

## INTERVIEW

**“Plusieurs de nos sites utilisent des emballages incorporant de la matière recyclée : du RPE dans nos films, du RPET dans nos bouteilles et barquettes...”**

**Pouvez-vous me parler de vos missions au sein du groupe ?**

Je suis chargée de projets R&D, de formation ingénierie en emballages, au sein d'AgroM-Services. AgroMServices est la société qui regroupe les fonctions support pour les usines Agromousquetaires, à savoir les achats, l'informatique, le bureau d'études, la RSE, la qualité, la paie... et la R&D dont je fais partie. Étant une structure en centrale, notre rôle est d'aider et conseiller les usines. Mes missions tournent autour de l'accompagnement sur certains projets spécifiques, l'information aux usines concernant la législation, l'éco-contribution, l'évolution des filières de recyclage..., l'organisation de formations pour monter en compétence sur les thématiques emballages.

L'analyse de la valeur est aussi au centre de mon périmètre, je propose des audits internes sur nos sites de production pour trouver des optimisations sur les emballages primaires, secondaires et tertiaires.

**Quels sont les grands enjeux pour votre secteur d'activité et comment imaginez-vous les prochaines évolutions face à ces défis ?**

Le monde de l'emballage est tiré par les réglementations françaises et européennes, on voit de moins en moins d'innovation dans le secteur, car l'enjeu est plutôt la simplification pour faciliter leur recyclage. La création de filières est un point essentiel que nous surveillons de près, ce sont ces filières qui dicteront les choix de matériaux et de conception de nos emballages futurs.

L'économie circulaire via l'intégration de matière recyclée est également un enjeu d'avenir, et la réglementation PPWR va faire accélérer les choses dans ce sens. Le marché de la matière recyclée a donc de l'avenir, mais il y a des risques à surveiller d'un point de vue qualité/sécurité alimentaire mais également d'un point de vue financier car cette matière est le plus souvent plus chère. Enfin le réemploi qu'on voit émerger en GMS depuis quelques mois va continuer de grandir. Le réemploi nécessite des changements parfois très importants sur le plan industriel, ce sont des CAPEX\* à aller chercher pour un virage risqué car il est conditionné par l'acceptation du consommateur à stocker les contenants vides et à les ramener en magasin moyennant une consigne.



# Camille Crupaux

**Ingénieur Packaging, Agromousquetaires**



## PROD & PACK LYON

Les métiers autour de l'emballage ont fleuri depuis des années, dû aux récentes législations qui les concernent. Trouver des solutions pour répondre à ces nouvelles normes est indispensable, c'est pourquoi ce genre d'évènement rencontre un tel succès.

\*(Capital Expenditures = dépenses d'investissement)



### Quels sont les grands axes de développement en matière de RSE et plus spécifiquement en emballage et/ou en écoconception ?

Notre démarche RSE se fonde sur 4 piliers : l'engagement pour nos collaborateurs, pour la transition de nos filières, pour une production sûre et responsable et enfin pour le climat et la biodiversité. Spécifiquement sur l'emballage, évidemment on parle des 3R mais pas seulement, les achats responsables sont aussi un point clé pour parler de RSE. Je peux citer quelques exemples :

- la réduction des barquettes de lardons : les équipes du pôle porc ont travaillé à la réduction du vide dans la barquette. Ils ont réduit la profondeur de thermoformage, permettant de réduire l'épaisseur du film, d'optimiser le colisage et la palettisation : 298T équivalent CO<sub>2</sub> économisé par an!
- La réduction de poids de nos préformés pour les bouteilles d'eau : une bonne pratique dans notre pôle saveurs (boissons et produits laitiers) qui s'étale depuis des années, permettant au gré des améliorations technologiques, de réduire les poids de nos bouteilles.
- Depuis 2 ans nous avons aussi lancé une démarche d'écoencrage de nos emballages, c'est-à-dire réduire le taux d'encre pour en limiter la consommation.
- Plusieurs de nos sites de pôles différents utilisent des emballages incorporant de la matière recyclée : du RPE dans nos films, du RPET dans nos bouteilles et barquettes. Cela permet de réduire l'utilisation de matières vierges issues de ressources fossiles.

### Quelle serait l'innovation que vous rêveriez de créer ou voir créée ?

Mon truc à moi c'est la simplification, la réduction, et mes collègues diront aussi les idées improbables ou farfelues, je ne me pose pas de limites au démarrage d'un projet ! Durant mes 8 années passées chez Agromousquetaires, il m'est arrivé de proposer des idées qui n'ont pas toujours été retenues, pour différentes raisons. Par exemple, des gourdes sans bouchon car il s'agit le plus souvent de consommation "one shot" : cela permettrait d'avoir un emballage composé d'un seul élément souple plus facile à recycler et moins lourd.

Cependant ne pas faire comme les autres n'est pas forcément un avantage d'un point de vue marketing. Une autre idée concernait les lots de regroupement avant leur possible interdiction. Le mode chapelet me semblait idéal pour garder un format nomade sur des biscuits par exemple, tout en supprimant le sachet ou l'étui de regroupement. Ici beaucoup de changement à prévoir industriellement parlant et surtout une palettisation plus compliquée... Mais je garde mes idées dans un coin, peut-être qu'un jour elles reviendront sur le devant de la scène !



## PÔLE AGROMOUSQUETAIRES

- > Premier fabricant français de MDD
- > 56 sites industriels et 20 sites logistiques en France
- > 4,46 Milliards d'€ de CA
- > 11 000 collaboratrices et collaborateurs
- > Plus de 15 000 agriculteurs partenaires

## GROUPEMENT MOUSQUETAIRES

- > Création en 1969
- > CA : 42,5 Mrds € hors carburant en 2024 (+5 % et 55,6 Mrds € avec carburant)

## INFOS PRATIQUES

# Comment venir ?

Situé à mi-chemin entre le centre-ville de Lyon et le pôle aéroport/gare TGV de Lyon Saint-Exupéry (à 20 km), le parc est facilement accessible, par tous les moyens de transport.



### En transports en commun

Horaire disponible au :

+33 (0)4 72 22 33 44

Créez votre itinéraire sur [www.tcl.fr](http://www.tcl.fr)

Allo TCL +33 (0) 820 42 7000



### En train

3 gares TGV desservies plusieurs fois par jour depuis les grandes métropoles françaises et européennes :

- Lyon Part-Dieu
- Lyon Perrache
- Lyon Saint-Exupéry

Renseignements et réservation sur [www.voyages-sncf.com](http://www.voyages-sncf.com)

Par téléphone

+33 (0)8 92 35 35 35



### En avion

• L'aéroport Lyon-Saint Exupéry est situé à 20 km d'Eurexpo Lyon.

Renseignements au

+33 (0) 826 800 826

(0,15 € / minute)

depuis l'étranger

+33 426 007 007

[www.lyonaeroports.com](http://www.lyonaeroports.com)

• AIR FRANCE

+33 (0) 820 820 820

[www.airfrance.fr](http://www.airfrance.fr)

Réductions sur une très large gamme de tarifs publics sur l'ensemble des vols Air France et KLM, pouvant aller jusqu'à **-15% sur nos lignes internationales** ainsi que des conditions de vente et d'après-vente préférentielles sur les lignes en France métropolitaine (Corse incluse).

**Évènement :** Prod&Pack 2025

**Code identifiant :** GME50085AF

Période de réservation

du 11/07/24 au 20/11/25

**Date de l'aller :** du 11/11/25 au 20/11/25

**Date de retour :** du 18/11/25 au 27/11/25

**Lieu de l'évènement :** Lyon



Connectez-vous sur le site internet de l'évènement ou directement via le QR Code

18, 19 et 20  
NOVEMBRE 2025



### EUREXPO LYON

Entrée visiteurs  
Boulevard de l'Europe  
69680 CHASSIEU



### En taxi

• **Allo Taxi** +33 04 78 28 23 23  
[www.allotaxi.fr](http://www.allotaxi.fr)

• **Taxi Radio** +33 04 72 10 86 86  
[www.taxilyon.com](http://www.taxilyon.com)

• **Taxi Lyonnais** +33 04 78 26 81 81  
[www.taxilyonnais.com](http://www.taxilyonnais.com)

• **Taxi Aéroport** +33 04 72 22 70 90  
[www.taxislyonaeroport.co](http://www.taxislyonaeroport.co)

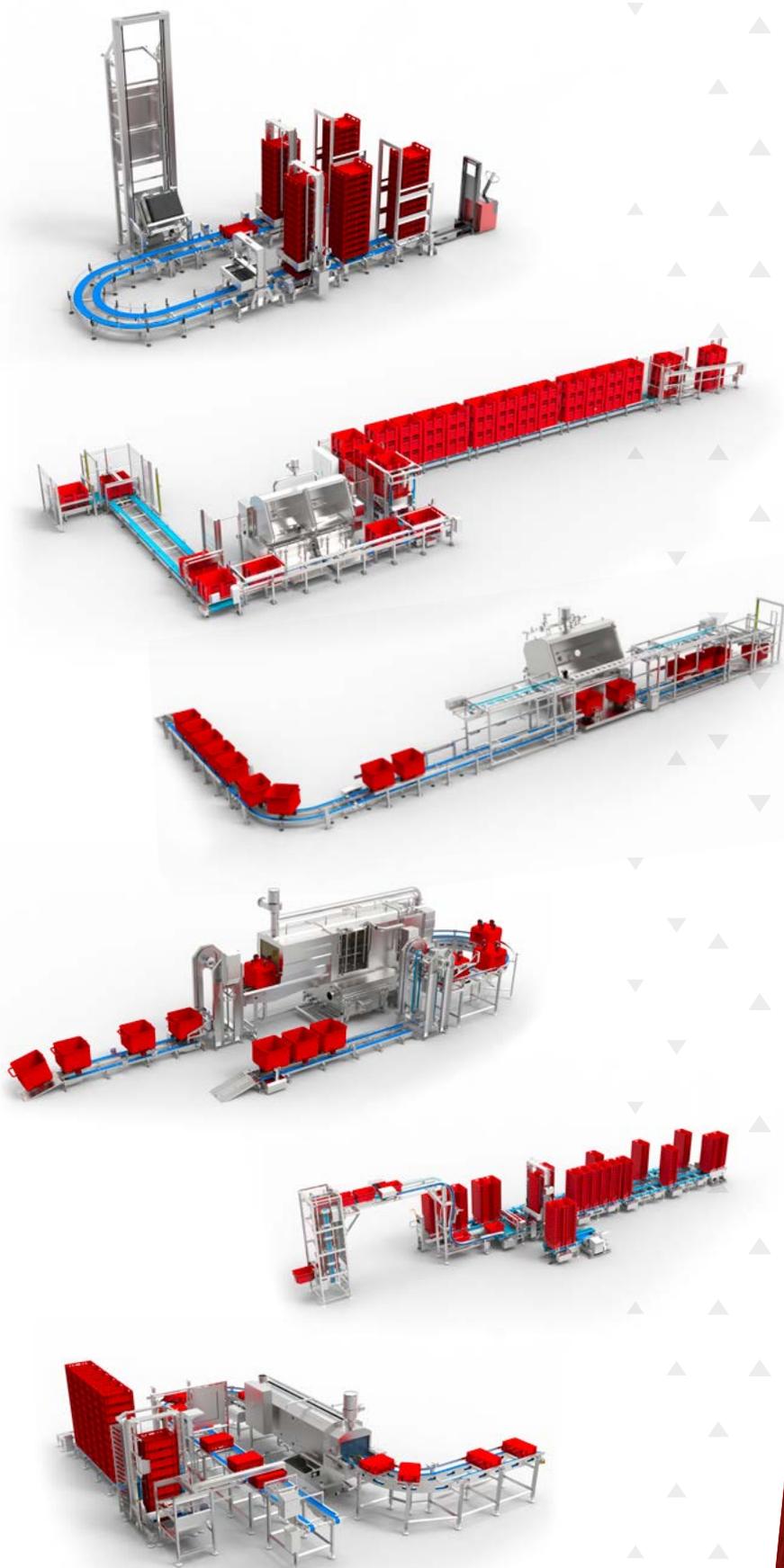
Suivez-nous



#ProdAndPack25

# Solutions de manutention automatique pour bacs, caisses palettes et Bacs Europe.

**system**<sup>®</sup>



**CONCEPTEUR  
ET FABRIQUANT  
D'EQUIPEMENTS  
POUR L'INDUSTRIE**

[systemconception.fr](http://systemconception.fr)

1 rue du Lavoir  
79420 SAINT-LIN

Tél. 05 49 64 05 49  
Fax. 05 49 64 05 04

[contact@systemconception.fr](mailto:contact@systemconception.fr)



NIORT

**SERVICE  
COMMERCIAL**

Jérôme Libner

Tél. 06 45 90 44 30  
[jlibner@systemconception.fr](mailto:jlibner@systemconception.fr)

**Hall 6  
Stand B30**



# SEALPAC®

## Forming Innovations

Venez nous rencontrer et découvrez  
les technologies d'emballage du futur !

**prod & pack**

**LYON 2025**  
18-19-20 NOV.

**EUREXPO**  
**HALL 7**

**STAND**  
**7-04**

Nous vous présenterons des solutions d'emballage innovantes, durables et performantes qui rendront votre production plus efficace et vous aideront à répondre aux exigences du marché.



### OPERCULEUSES SÉRIE A-MAX

Innovation, flexibilité et performances maximales



### THERMOFORMEUSES SÉRIE F

Esprit conception Sealpac,  
multiples fonctionnalités uniques

### ET PLUS...

Venez découvrir nos nouvelles solutions  
d'emballage inspirantes

